

**REVALORIZACIÓN Y REVITALIZACIÓN DE LAS MANIFESTACIONES
CULTURALES DE LA COMUNIDAD KICHWA SHAYARI PARA EL DISEÑO DE
UN PRODUCTO TURÍSTICO COMUNITARIO, CANTÓN CASCALES, PROVINCIA
DE SUCUMBÍOS**

ADRIANA JAQUELINE CALVACHE MOGRO

TESIS

**PRESENTADA COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER EL TÍTULO DE
INGENIERA EN ECOTURISMO**

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**

RIOBAMBA – ECUADOR

2012

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL DE TESIS

EL TRIBUNAL DE TESIS, CERTIFICA QUE: la memoria de Tesis titulada **“REVALORIZACIÓN Y REVITALIZACIÓN DE LAS MANIFESTACIONES CULTURALES DE LA COMUNIDAD KICHWA SHAYARI PARA EL DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO COMUNITARIO, CANTÓN CASCALES, PROVINCIA DE SUCUMBÍOS”**, de responsabilidad de la señorita egresada Adriana Jaqueline Calvache Mogro, ha sido prolijamente revisada, quedando autorizada la presentación y defensa.

TRIBUNAL DE TESIS

Ing. Patricia Tierra
DIRECTORA

Dr. Patricio Noboa
MIEMBRO

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**

**RIOBAMBA – ECUADOR
2012**

DEDICATORIA

El presente trabajo, va dedicado de manera especial a mis padres Rafael y Jaqueline, quienes con su esfuerzo y perseverancia supieron de manera acertada guiarme por el camino correcto mostrando su apoyo incondicionalmente en todas las etapas de mi vida.

A mis hermanos que de una manera u otra, siempre estuvieron dispuestos a prestarme su ayuda, siendo parte de este proceso.

A mi tía Mercedes por ser promotora de la fe y la esperanza emociones que nunca abandonaron mi corazón.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por estar siempre conmigo y brindarme la fortaleza necesaria para enfrentar aquellos obstáculos que se presentan en el transcurso del camino.

A mis padres que siempre estuvieron presentes en cada momento dándome ánimos para no desmayar, quienes recalcaron en mi valores y principios que me permitieron ser un buen ser humano.

A todos los profesores de la Escuela de Ecoturismo, quienes compartieron sus conocimientos y de manera especial a la Ing. Patricia Tierra y al Dr. Patricio Noboa por su acertada dirección para la realización de este trabajo investigativo.

Agradezco a la comunidad Shayari, quienes me brindaron su confianza volviéndose en la base fundamental para culminar con éxito la meta propuesta.

A todos muchas gracias.

Adriana Jaqueline Calvache Mogro

| | | |
|------|---|----|
| I. | REVALORIZACIÓN Y REVITALIZACIÓN DE LAS MANIFESTACIONES CULTURALES DE LA COMUNIDAD KICHWA SHAYARI PARA EL DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO COMUNITARIO, EN EL CANTÓN CASCALES, PROVINCIA DE SUCUMBÍOS | 1 |
| II. | INTRODUCCIÓN | 1 |
| A. | JUSTIFICACIÓN | 3 |
| B. | OBJETIVOS | 4 |
| 1. | Objetivo General | 4 |
| 2. | Objetivos Específicos | 4 |
| C. | HIPÓTESIS DE TRABAJO | 4 |
| III. | REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA..... | 4 |
| A. | LA CULTURA | 4 |
| 1. | Conceptos de cultura | 5 |
| B. | CULTURA E IDENTIDAD | 5 |
| 1. | Características de la identidad..... | 5 |
| 2. | Las identidades son múltiples y diferenciadas | 6 |
| 1. | Para actividades de interacción social | 6 |
| 2. | Para actividades de formación..... | 7 |
| D. | REVITALIZACIÓN CULTURAL | 7 |
| E. | EL CAMPO DE LAS MANIFESTACIONES DE LA CULTURA | 7 |
| F. | PATRIMONIO CULTURAL..... | 8 |
| 1. | Patrimonio Cultural de los grupos de base | 9 |
| G. | PATRIMONIO CULTURAL COMO RECURSO PARA EL APROVECHAMIENTO TURÍSTICO | 10 |
| 1. | Los productos turísticos-culturales..... | 11 |
| H. | TURISMO COMUNITARIO | 11 |
| I. | PRODUCTO TURÍSTICO | 12 |
| 1. | Definición de producto turístico..... | 13 |
| 2. | Características del producto turístico | 13 |
| J. | ¿QUE ES UN PAQUETE TURISTICO? | 15 |
| 1. | Objetivos | 15 |
| 2. | Ventajas | 16 |
| 3. | Inconvenientes..... | 17 |
| K. | CARACTERÍSTICAS DEL DISEÑO DE PAQUETES..... | 18 |
| L. | CLASIFICACIÓN DE LOS PAQUETES TURÍSTICOS | 18 |
| 1. | Según la estructura | 18 |
| 2. | Según el componente o contenido:..... | 19 |
| 4. | Componentes | 21 |
| M. | PLAN DE NEGOCIO..... | 23 |
| 1. | Plan de negocios | 23 |
| IV. | MATERIALES Y MÉTODOS..... | 31 |
| A. | CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR | 31 |
| 1. | Localización | 31 |
| 2. | Ubicación geográfica..... | 31 |

| | | |
|-------|--|-----|
| 3. | Características Climáticas | 31 |
| 4. | Clasificación Ecológica | 31 |
| 5. | Materiales y equipos | 32 |
| B. | METODOLOGÍA | 32 |
| 1. | Elaborar un diagnóstico de la situación actual de la comunidad | 32 |
| 2. | Realizar el inventario del patrimonio cultural de la comunidad kichwa Shayari | 34 |
| 3. | Estructurar un plan de revitalización para el patrimonio cultural de la comunidad Shayari | 35 |
| 4. | Diseñar un producto turístico comunitario | 36 |
| 5. | Elaboración de un plan de negocios para la comercialización del producto turístico comunitario | 39 |
| a. | Análisis del mercado | 39 |
| V. | RESULTADOS | 42 |
| A. | Diagnóstico de la situación actual de la comunidad | 42 |
| 1. | Información general | 42 |
| 2. | Ámbito ambiental | 44 |
| 3. | Ámbito socioeconómico | 49 |
| B. | Inventario deL PATRIMONIO cultural de la comunidad kichwa Shayari | 55 |
| 1. | Lista de los bienes del patrimonio cultural | 55 |
| 2. | Calendario de fiestas y ritos en el año | 71 |
| 3. | Las formas de vida de las familias | 72 |
| 4. | Instituciones y organizaciones que promocionan la cultura en la zona | 76 |
| C. | Plan de revitalización del patrimonio cultural de la comunidad shayari | 77 |
| 1. | Matriz de causas, problemas, efectos y soluciones (CPES) | 77 |
| 2. | Estructura del plan de revitalización para el patrimonio de la comunidad Shayari | 80 |
| D. | Diseño Técnico DE un producto turístico comunitario | 102 |
| 1. | Estudio de mercado | 102 |
| E. | Plan de negocios para la comercialización del producto turístico comunitario | 215 |
| 1. | Análisis del mercado | 215 |
| 3. | Plan de marketing y ventas | 222 |
| 4. | Estrategias de promoción | 229 |
| VI. | CONCLUSIONES | 238 |
| VII. | RECOMENDACIONES | 239 |
| VIII. | RESUMEN | 240 |
| IX. | SUMMARY | 241 |
| X. | BILIOGRAFIA | 242 |
| XI. | ANEXOS | 245 |

| Nº | LISTA DE CUADROS DESCRIPCIÓN | PAG. |
|-----------|---|-------------|
| 01 | Componentes de los paquetes turísticos (producto) | 23 |
| 02 | Ámbitos para el levantamiento de información | 35 |
| 03 | Modelo de matriz de marco lógico | 39 |
| 04 | Lista de la flora representativa | 46 |
| 05 | Lista de la fauna representativa | 47 |
| 06 | Horario de salida de las rancheras de la Cooperativa Putumayo | 51 |
| 07 | Proveedores externos | 54 |
| 08 | Descripción de las cosas de respeto | 55 |
| 09 | Descripción de los platos propios de la comunidad Shayari | 57 |
| 10 | Descripción de la preparación de la tierra para el cultivo | 61 |
| 11 | Descripción de la vestimenta tradicional | 63 |
| 12 | Descripción de las artesanías que se elaboran en la comunidad | 64 |
| 13 | Descripción de la construcción de las casas tradicionales | 66 |
| 14 | Descripción del cuento que se convertía el humano en tigre | 68 |
| 15 | Letra de la canción urku sikuanga | 69 |
| 16 | Calendario de fiestas tradicionales | 70 |
| 17 | Calendario agrícola | 71 |
| 18 | Lista de plantas medicinales que se utilizan para curar enfermedades | 72 |
| 19 | Matriz CPES (causa, problema, efecto, solución) | 77 |
| 20 | Definición de programas y proyectos | 82 |
| 21 | Perfil del proyecto 1 del programa 1 | 85 |
| 22 | Perfil del proyecto 2 del programa 1 | 87 |
| 23 | Perfil del proyecto 3 del programa 1 | 89 |
| 24 | Presupuesto para el programa 1 | 92 |
| 25 | Perfil del proyecto 1 del programa 2 | 94 |
| 26 | Perfil del proyecto 2 del programa 2 | 96 |
| 27 | Perfil del proyecto 3 del programa 2 | 98 |
| 28 | Presupuesto del programa 2 | 101 |
| 29 | Matriz de identificación de los atractivos naturales y culturales de la comunidad Shayari | 128 |

| | |
|--|-----|
| 30 Resumen de los servicios turísticos que oferta la comunidad Shayari | 134 |
| 31 Tarifa de los servicios por persona | 136 |
| 32 Resumen de establecimientos de alojamiento del cantón Lago Agrio | 138 |
| 33 Servicio de transporte terrestre del cantón Lago Agrio | 140 |
| 34 Transporte aéreo del cantón Lago Agrio | 141 |
| 35 Identificación de la competencia | 143 |
| 36 Proyecciones de turistas extranjeros | 145 |
| 37 Proyecciones de turistas nacionales | 145 |
| 38 Número de clientes proyectados | 146 |
| 39 Presupuesto requerido para el área de alojamiento | 147 |
| 40 Presupuesto requerido para el área de cocina y comedor | 148 |
| 41 Presupuesto requerido para el área de guianza | 150 |
| 42 Presupuesto requerido para la operación | 151 |
| 43 Letreros orientativos para el centro de turismo comunitario | 152 |
| 44 Resumen de los costos de los letreros de orientación | 156 |
| 45 Lista de productos que distribuyen los proveedores | 157 |
| 46 Planificación del paquete turístico EBO01 | 158 |
| 47 Planificación del paquete turístico APK02 | 161 |
| 48 Planificación del paquete turístico CCKO03 | 164 |
| 49 Planificación del paquete turístico CS04 | 165 |
| 50 Estructura de costos del paquete turístico EBO01 | 167 |
| 51 Punto de equilibrio del paquete EBO01 | 168 |
| 52 Estructura de costos del paquete turístico APK02 | 168 |
| 53 Punto de equilibrio del paquete turístico APK02 | 169 |
| 54 Estructura de costos del paquete turístico CCKO03 | 169 |
| 55 Punto de equilibrio del paquete turístico CCKO03 | 169 |
| 56 Estructura de costos del paquete turístico CS04 | 170 |
| 57 Punto de equilibrio del paquete turístico CS04 | 170 |
| 58 Distribución de responsabilidades | 180 |
| 59 Funciones del Administrador | 181 |
| 60 Funciones del coordinador de guías | 182 |

| | |
|--|------------|
| 61 Funciones de los guías | 183 |
| 62 Funciones del coordinador de alimentos y bebidas (cocinero) | 184 |
| 63 Funciones del ayudante de cocina | 186 |
| 64 Funciones de los meseros/as | 187 |
| 65 Funciones del coordinador de hospedaje | 188 |
| 66 Funciones del camarero/a | 189 |
| 67 Funciones del coordinador de provisión | 190 |
| 68 Solicitud de reservación vía telefónica | 201 |
| 69 Hoja de reservaciones | 202 |
| 70 Registro de huéspedes | 203 |
| 71 Áreas de capacitación | 207 |
| 72 Materiales a emplearse en las capacitaciones | 209 |
| 73 Módulos de administración, marco legal y contabilidad | 209 |
| 74 Módulos de tecnología de restaurante y manipulación e higiene de alimentos | 211 |
| 75 Módulos de recursos naturales, conservación, flora, fauna, guianza e interpretación y educación ambiental | 212 |
| 76 Módulo de patrimonio cultural y revalorización cultural | 213 |
| 77 Presupuesto para las áreas de capacitación | 214 |
| 78 Cargos, funciones y sueldos | 218 |
| 79 Análisis FODA | 219 |
| 80 Estrategias FO-DO/DA-FA | 220 |
| 81 Tarifario y comisiones por paquete | 227 |
| 82 Estrategias de comercialización | 230 |
| 83 Estrategias de comunicación y publicidad | 231 |
| 84 Resumen de inversiones | 233 |
| 85 Estructura de ingresos | 234 |
| 86 Estado de proforma de resultados | 235 |
| 87 Balance general | 236 |
| 88 Flujo de caja | 237 |
| 89 Indicadores financieros | 238 |

LISTA DE GRÁFICOS

| Nº | DESCRIPCIÓN | PAG. |
|-----------|---|-------------|
| 01 | Distribución de la población por género | 49 |
| 02 | Distribución de la población por edades | 49 |
| 03 | Nivel de instrucción de la comunidad Shayari | 50 |
| 04 | Instituciones y organizaciones que promueven la cultura | 76 |
| 05 | Edad de turistas extranjeros | 105 |
| 06 | Sexo de los turistas extranjeros | 106 |
| 07 | País de origen | 107 |
| 08 | Preferencia de visita | 108 |
| 09 | Formas de viaje de los turistas | 109 |
| 10 | Preferencia de época para viajar | 110 |
| 11 | Motivo de viaje de los turistas extranjeros | 111 |
| 12 | Preferencia de acompañamiento en el viaje | 112 |
| 13 | Actividades turísticas recreativas | 113 |
| 14 | Tiempo de visita de los turistas extranjeros | 114 |
| 15 | Servicios turísticos a ofrecer | 115 |
| 16 | Capacidad de gasto diario | 116 |
| 17 | Forma de pago | 117 |
| 18 | Medios de publicidad | 118 |
| 19 | Edad de los estudiantes | 119 |
| 20 | Género de los estudiantes | 120 |
| 21 | Preferencia de visita de los estudiantes | 121 |
| 22 | Actividades recreativas | 122 |
| 23 | Tiempo de estadía de los estudiantes | 123 |
| 24 | Servicios turísticos | 124 |
| 25 | Capacidad de pago | 125 |
| 26 | Medios de difusión | 126 |
| 27 | Disposición de muebles y equipos en el área de cocina | 149 |
| 28 | Organigrama estructural del centro de turismo comunitario Shayari | 179 |
| 29 | Flujograma del procedimiento de una reservación | 192 |
| 30 | Flujograma de procedimiento para la recepción de turistas | 194 |
| 31 | Flujograma del procedimiento para la guía | 196 |
| 32 | Flujograma de procedimiento de la limpieza de habitación | 198 |
| 33 | Flujograma del procedimiento para la limpieza del baño | 200 |

I. REVALORIZACIÓN Y REVITALIZACIÓN DE LAS MANIFESTACIONES CULTURALES DE LA COMUNIDAD KICHWA SHAYARI PARA EL DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO COMUNITARIO, EN EL CANTÓN CASCALES, PROVINCIA DE SUCUMBÍOS

II. INTRODUCCIÓN

La cultura es la base y el fundamento de lo que somos. Esta existe en nosotros desde el momento en que nacemos y es el aporte moral e intelectual de nuestros progenitores en un inicio de nuestro entorno (PORTUGAL, 2005). Es decir que son todas las expresiones realizadas por el ser humano a lo largo de su vida, conocimientos y habilidades que se enseñan de padres a hijos, volviéndose en características particulares de cada grupo social y éstas a su vez se convierten en atractivos que despiertan el interés de conocer el comportamiento, estilo de vida y forma de concepción del mundo.

Cada pueblo posee una cultura propia que la diferencia de otra, y justamente en ésta el turismo tiene un papel importante, permite a las personas saber cómo, en tiempos pasados, pudieron construir enormes pirámides o diseñar un calendario exacto, cómo comprendían la naturaleza y sus fenómenos, fueron individuos que sin la tecnología actual pudieron crear grandes cosas que hoy permiten seguir avanzando, pero no solo el pasado es importante, también el presente.

Algunos pueblos mantienen sus costumbres ancestrales y han logrado organizarse desde sus bases para formar centros de turismo comunitario y de esta forma difundir su cultura, conservar su patrimonio natural y contribuir al desarrollo local.

Si bien es cierto el turismo es generador de ingresos, pero también puede causar impactos en la cultura y uno de estos es la pérdida de la identidad cultural, volviéndola en mercancía negociable (folklorización), se debe recordar además que las manifestaciones culturales son bienes de un patrimonio y que no están en venta. Cuando se piensa realizar una actividad u operación turística en una comunidad será necesario e indispensable contar con la participación de la misma, recalcarle lo importante y valioso que es ser uno mismo, y que el turismo puede ser una forma de trabajo que permite interactuar con otros, intercambiar experiencias y conocimientos que servirá para el

desarrollo de la comunidad, donde todos ganan una mejor educación, mejores servicios básicos, una mejor atención médica, situación que se reflejará en la calidad de vida de los pobladores.

En el Ecuador el turismo comunitario adquiere forma jurídica en la Ley de Turismo en el 2002, en la que además se reconoce a la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE) como interlocutor del turismo comunitario en el país. Desde ese año en adelante esta modalidad de turismo ha venido tomando fuerza así lo confirma la OMT que indica que, el Ecuador recibió en el año 2008 a 1.005.297 turistas extranjeros siendo para el turismo rural, el primer emisor Europa en un 53%, seguido de Asia y el Pacífico 20%, el continente Americano contribuyó con el 16%, África con el 5%, y el Oriente medio con un 6%, lo que quiere decir que más del 50% de los visitantes extranjeros buscan nuevas experiencias que involucren a comunidades locales.

Ecuador es un país con una gran riqueza cultural, existen 14 nacionalidades y 16 pueblos indígenas provenientes de las tres regiones. La región oriental alberga 10 de éstas, encontrándose seis nacionalidades en la provincia de Sucumbíos que son las siguientes: Huaoranis, Sionas, Secoyas, Cofanes, Shuar y Kichwa. En el cantón Cascales, se encuentra la comunidad Kichwa Shayari, está conformada por trece familias; que se dedican a la agricultura, crianza de pollos, carachama y tilapias, pero desde hace cinco años trabajan con el turismo comunitario. El Centro de Turismo que lleva el mismo nombre de la comunidad es la encargada de enseñar a turistas nacionales como extranjeros las diferentes manifestaciones culturales que esta posee como por ejemplo: la forma de preparar el maito, la chicha de yuca, los chontacuros, la elaboración de artesanías como brazaletes, collares, aretes, coronas, vasijas o las técnicas de medicina ancestral a través de los shamanes, quienes curan enfermedades o males con plantas medicinales y rituales.

Por tal motivo, el manejo del turismo desde la particularidad comunitaria pretende a través de este estudio revalorizar y revitalizar la identidad cultural de la comunidad kichwa Shayari, para ser considerada en la actividad turística, como generadora de nuevas fuentes de ingresos para el desarrollo integral de la comunidad.

A. JUSTIFICACIÓN

El PLANDETUR 2020, señala como uno de sus ejes de planificación y desarrollo del turismo sostenible en el Ecuador el proyecto “Desarrollo y Fortalecimiento del Turismo Comunitario para el turismo de Ecuador” bajo los siguientes objetivos: Promover y fortalecer las iniciativas de turismo comunitario para mejorar la calidad de vida de las comunidades de las nacionalidades y pueblos de Ecuador, desde una perspectiva integral sustentable y sostenible con identidad; Fortalecer, difundir y compartir las prácticas del bien vivir comunitario como un valor diferencial para el sector turístico ecuatoriano; Fortalecer las capacidades técnicas de gestión y operación del turismo orientados para el turismo comunitario y; fortalecer las condiciones de desarrollo y promoción turística del turismo comunitario. De acuerdo a estos objetivos se buscará que esta actividad turística desempeñada por la comunidad de Shayari permita el desarrollo local pero sin perder la identidad cultural, conservando los patrimonios natural y cultural de una forma sostenible para su propio beneficio. Siguiendo uno de los ejes propuestos por el PLANDETUR ya antes mencionado de tal forma que la gestión se encuentre encaminada bajo este proyecto.

Actualmente la comunidad de Shayari, ha venido incursionado en el turismo comunitario desde el año 2004, siendo éste desarrollado de una forma empírica, por lo cual presenta algunos problemas como: la falta de conocimiento y valorización de las manifestaciones culturales, jóvenes desmotivados para dar a conocer sus costumbres y tradiciones, poca difusión y promoción de la cultura, un abismo generacional marcado por el poco interés de los jóvenes por aprender sobre su cultura.

Estos problemas representan una debilidad en el momento que se pretende diseñar un producto turístico comunitario, por lo que es necesario trabajar de forma urgente en una revalorización cultural que sirva para fortalecer la identidad de la comunidad kichwa Shayari, conociendo cómo eran sus costumbres y tradiciones en el pasado, como han ido cambiando, cómo se encuentran en la actualidad y cómo se proyectan hacia el futuro desde una perspectiva integral y sostenible, a tal punto que permita la innovación del producto turístico comunitario desde la visión cultural de esta comunidad a la vez que se promueve un desarrollo turístico local participativo.

B. OBJETIVOS

1. Objetivo General

Revalorizar y revitalizar el patrimonio cultural de comunidad kichwa Shayari para el diseño de un producto turístico comunitario, en el cantón Cascales, provincia de Sucumbíos.

2. Objetivos Específicos

- a. Elaborar un diagnóstico situacional de la comunidad
- b. Elaborar el inventario del patrimonio cultural de la comunidad kichwa Shayari
- c. Estructurar un plan de revitalización para el patrimonio cultural de la comunidad Shayari
- d. Diseñar un producto turístico comunitario de tipo cultural
- e. Elaborar un plan de negocios para la comercialización del producto turístico comunitario

C. HIPÓTESIS DE TRABAJO

La poca motivación de la comunidad por la revalorización de su cultura, está provocando un debilitamiento en su identidad que se refleja en la falta de las prácticas ancestrales, por lo que un plan de revitalización permitirá fortalecer su identidad y conservar el patrimonio cultural volviéndose fundamentales para la elaboración de un producto turístico comunitario sostenible.

III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

A. LA CULTURA

1. Conceptos de cultura

“Es todo lo que crea el hombre al interactuar con su medio físico y social que es adoptado por toda la sociedad como producto histórico” (BENÍTEZ y GARCÉS, 1986).

Noboa cita a Serena Nanda y dice que “la cultura son las diferentes maneras de pensar, actuar, sentir, responder, y por ser habituales desde muy temprana edad, parece que los humanos aprenden de manera natural”.

La cultura “es el conjunto de bienes materiales y espirituales creados por la humanidad en el curso de su existencia que no es otra cosa que la historia de su práctica del trabajo”.

En este amplio sentido, la cultura es un fenómeno social que representa el nivel alcanzado por la sociedad en un determinado momento (NÚÑEZ, 1992).

Según Noboa, manifiesta que: “Cultura es un patrón de comportamiento aprendido por los hombres, en calidad de miembros del grupo social, y transmitido de generación en generación, como herencia patrimonial. La cultura es pues lo que diferencia al hombre de los otros mundos del universo: del mundo físico (inanimado o inerte), del vegetal (vegetativo); y del animal (fisiológico e instintivo)”.

B. CULTURA E IDENTIDAD

Guerrero manifiesta que: Uno de los equívocos más generalizados es tratar a la cultura y a la identidad como sinónimos. Error que, creemos, se debe esclarecer. Cultura e identidad no son la misma cosa, sin embargo, vale tener presente que culturas, identidades y diferencias son representaciones simbólicas socialmente construidas. Construidas significa que no son fenómenos “naturales” ni arbitrarios, sino que son el producto de un proceso socio histórico de creación constante, de acciones sociales y de sujetos sociales concretos.

1. Características de la identidad

Según AZCONA (1996); GUERRERO (2002), manifiesta que: La identidad en cuanto a representación simbólica del mundo social, en relación tanto a nuestra mismidad o la otredad, es decir con relación a las representaciones que tenemos sobre nosotros y sobre “los otros”, evidencia algunas características entre las que podemos decir: Que la identidad es esencialmente distintiva o diferencial. La posición social resultante de su representación se define por su pertenencia y distinción o diferencia con respecto a “los otros” actores de las representaciones y posiciones que estos tengan.

2. Las identidades son múltiples y diferenciadas

La identidad no es única, monotípica, unívoca, monosémica ni unidimensional, por el contrario es diversa, pluritópica, multívoca, polisémica, su construcción, como todo hecho social, está sujeta a razones multicasuales y multifactoriales (GUERRERO, 2002).

C. POTENCIALIDADES DE LA REVALORIZACIÓN

La revalorización, parte de la convicción que cada comunidad cuenta con conocimientos particulares y dentro de cada comunidad, el conocimiento no es homogéneo, es decir, una determinada práctica puede ser particular y desconocida para el resto de las familias. A partir de esta característica, se puede suponer que existen numerosos conocimientos dispersos, pero con alto potencial para el desarrollo; lo que hace falta es dinamizar los mecanismos de comunicación intra e interculturales.

La revalorización de la sabiduría de los pueblos originarios contribuye al enriquecimiento del conocimiento general y puede ser un verdadero aporte en las actividades de interacción social, formación e investigación.

1. Para actividades de interacción social

- Documenta y vigoriza el saber local como medio de interacción social con comunidades originarias
- Apoya la autoestima familiar y comunitaria en torno a su saber, cultura, conocimiento y tecnología
- Difunde y recrea la sabiduría de los pueblos originarios al interior de las comunidades y entre comunidades
- A partir de la socialización y validación del saber local, permiten su recreación que le permiten vigorizarse y mejorarse con otros saberes y tecnologías

2. **Para actividades de formación**

- Genera material documental para estudiantes, universitarios, catedráticos y profesionales de instituciones ligadas al desarrollo rural
- Promueve el dialogo entre saberes locales y conocimiento científico

D. REVITALIZACIÓN CULTURAL

Es una metodología de trabajo colectivo, destinada al fortalecimiento cultural de los grupos de base, sirve para que una comunidad campesina, un pueblo, una nacionalidad indígena e inclusive los pobladores de un barrio, puedan discutir, paso a paso serenamente los problemas que afectan a sus culturas, encontrar las soluciones apropiadas y cumplir las actividades que hayan decidido realizar, para conservar y enriquecer su cultura. Además ayuda a encontrar los bienes culturales que se están perdiendo. Además darles importancia que tiene para los comuneros tanto para jóvenes, mujeres y ancianos (TORRES, 1994).

E. EL CAMPO DE LAS MANIFESTACIONES DE LA CULTURA

Se refiere al campo de los aspectos de los manifiestos de la cultura, de las manifestaciones observables, materiales evidentes y más fácilmente perceptibles de la cultura, que es el que más se hace referencia cuando se habla de ella. Este campo o subsistema se expresa a través de hechos, prácticas, objetos, discursos, sujetos y relaciones sociales, de comportamiento, actitudes frente a las cuales la cultura establece relaciones y regulaciones que permiten ciertas formas de comunicación, de auto comprensión, identificación de un grupo, pero también la relación alteridad y diferencia con los otros que son diferentes.

El campo de las manifestaciones corresponde al de los objetos, las artesanías, música danza, las fiestas y ritualidades, la vestimenta, la comida, la vivienda, las practicas productivas, los juegos la lengua, las prácticas y discursos sociales, a través de cuya producción y circulación se dan las diversas formas de comunicación, de auto comprensión e interpretación de una sociedad. El subsistema de manifestaciones tiene un ámbito secundario, puesto que se refiere a los aspectos sígnicos, observables, denotativos de la cultura, aquellos que son más fácilmente perceptibles (GUERRERO, 2002).

F. PATRIMONIO CULTURAL

Es el conjunto de las creaciones realizadas por un pueblo a lo largo de su historia. Estas acciones lo distinguen de los demás pueblos y le dan su sentido de identidad.

A lo largo de la historia nuestra humanidad ha dejado ha dejado diversos testimonios materiales, los cuales, investigados e interpretados científicamente, nos permiten conocer innumerables aspectos de las sociedades que los crearon.

Al encontrarnos dentro de una sociedad dinámica, la creación es permanente y muchas de las obras actuales nos identifican plenamente. Sin embargo, dado el progreso actual de las comunicaciones, las influencias culturales externas (que en no pocos casos responden a intereses políticos y económicos), deben ser asimiladas después de una profunda crítica y conocimiento, para que sirvan al desarrollo del pueblo, sin perder de vista la realidad, y los valores culturales. (AGUIRRE, 2005).

1. Patrimonio Cultural de los grupos de base

Son todos los elementos que forman la identidad de un grupo humano e incluye tres tipos de bienes:

a. Cosas de respeto: que forman parte de la cultura material como púcaras, tolas, pirámides, casas, caminos, veredas, terrazas, camellones, al igual que los bienes de la naturaleza como nevados, valles, cerros, lomas, ríos, quebradas, animales, aves, plantas, que tienen valor histórico, uso social y significado ritual o sagrado para sus habitantes.

b. El saber popular diario: de las familias y personas que son indispensables para la sobrevivencia, de acuerdo con sus costumbres y tradiciones, como por ejemplo: la artesanía textil, la artesanía del barro, las formas de preparar la comida, de cultivar la tierra, de construir y conservar las cosas.

Son también parte del patrimonio los productos de estos hábitos: la ropa, sombreros, ponchos, la comida, herramientas agrícolas y demás bienes.

c. Los símbolos y valores: que muestran los sentimientos y estados de ánimo de las personas, familias y comunidades, como las canciones, las leyendas, los mitos, sueños, coplas, adivinanzas, música, bailes, danzas, diseños, dibujos y colores de los tejidos; y demás formas de expresión artística e historia oral (TORRES, 1994).

2. División del Patrimonio Cultural

El patrimonio cultural se divide en bienes tangibles e intangibles.

a. Bienes materiales o Tangibles

La expresión "bienes tangibles" se aplicará a sitios arqueológicos, históricos o científicos, los edificios u otras construcciones de valor histórico, científico, artístico o arquitectónico, religioso o seculares, incluso los conjuntos de edificios tradicionales, los barrios históricos de zonas urbanas y rurales urbanizadas y los vestigios de la culturas pretéritas que tengan valor etnológico. se aplicará tanto a los inmuebles del mismo carácter que constituyan ruinas sobre el nivel del suelo como a los vestigios arqueológicos o históricos que se encuentren bajo un metro de la superficie de la tierra.

El patrimonio mundial material actúa como un estímulo para nuestra memoria. Cristaliza en sus manifestaciones la especificidad de una cultura así como su vocación universal.

b. Bienes espirituales o Intangibles

Podría definirse el patrimonio intangible como el conjunto de formas de cultura tradicional o popular o folklórica, es decir, las obras colectivas que emanan de una cultura y se basan en la tradición. Estas tradiciones se transmiten oralmente o mediante gestos y se modifican con el transcurso del tiempo a través de un proceso de recreación colectiva. Se incluyen en ellas las tradiciones orales, las costumbres, las lenguas, la música, los bailes, los rituales, las fiestas, la medicina tradicional y la farmacopea, las artes culinarias y todas las habilidades especiales relacionadas con los aspectos materiales de la cultura, tales como las herramientas y el hábitat. (AGUIRRE, 2005).

G. PATRIMONIO CULTURAL COMO RECURSO PARA EL APROVECHAMIENTO TURÍSTICO

El Patrimonio Cultural tangible e intangible son todas aquellas manifestaciones culturales como las obras de arte, de arqueología, artesanía, imaginaria, edificios, barrios, pueblos, ciudades, para los primeros, y costumbres, tradiciones, lengua, creencias, los derechos fundamentales del ser humano y los sistemas de valores para los segundos, ambos fuertemente unidos e inseparables, que se

sustentan íntimamente. El patrimonio tangible colabora en crear y mantener la identidad; se comparte como un referente que fortalece la memoria, la cual, a su vez es parte del patrimonio intangible. Asimismo la memoria es la que proyecta vida al patrimonio tangible y hace que este último sea cuidado y conservado. Un monumento o cualquier patrimonio tangible, sin memoria, es un patrimonio vacío, sin alma, sin contenido y como consecuencia olvidado y descuidado.

Tal es el caso que ya en 1.963, en la Conferencia de Viajes y Turismo, no solamente se recomendaba que se diera una alta prioridad a las inversiones en turismo dentro de los planes nacionales, sino que se hacía resaltar que "desde el punto de vista turístico, el patrimonio cultural, histórico y natural de los naciones, constituye un valor sustancialmente importante" y que en consecuencia, "era urgente la adopción de adecuadas medidas dirigidas, a asegurar la conservación y protección de ese patrimonio (PATRIMONIO Y TURISMO, 2007).

1. Los productos turísticos-culturales

Un producto turístico es un conjunto de elementos tangibles e intangibles que hacen de la visita a una ciudad histórica o a una comunidad, una experiencia única, atractiva, exclusiva y original a la parte que despierta intereses potenciales para el visitante.

El producto será diseñado en función de la autenticidad: de la selección de material culturalmente representativo y, de la producción de escenas y manifestaciones que ayuden a proveernos de verosimilitud histórica (NOBOA, 2008).

H. TURISMO COMUNITARIO

El Turismo Comunitario surge como una alternativa económica de las comunidades rurales, campesinas, indígenas, "mestizas" o afrodescendientes propias de un país, para generar ingresos complementarios a las actividades económicas diarias y defender y revalorizar los recursos culturales y naturales locales.

Se lo considera una tipología turística que pertenece a la modalidad de Turismo Vivencial y a la corriente de Turismo Alternativo. Se caracteriza por la autenticidad de las actividades turísticas, posibilitando al turista compartir y descubrir a profundidad las tradiciones, costumbres y hábitos de una etnia o pueblo determinado.

Se diferencia del Turismo rural y del Enoturismo en el sentido de que parte de las utilidades generadas por las actividades turísticas, se reinvierten en planes y programas comunitarios (PROGRAMA TURCOM, 2003).

ADELZAC, 2009 dice que el Turismo Comunitario “no es necesariamente rural, sino que encierra en sí mismo diversas características de corresponsabilidad y debe ser, ante todo, una actividad económicamente rentable, ambientalmente responsable e incluyente, generadora de ingresos y empleos dignos y calificados.” Llegando a concluir que este tipo de turismo se caracteriza por:

- Participación de la población local en todas las etapas del proceso
- Repartición de beneficios económicos hacia la comunidad
- Posibilidad de un verdadero diálogo intercultural (conocimiento mutuo)
- Respeto al medio ambiente y la biodiversidad
- Respeto a la identidad y cultura del pueblo
- Fortalecimiento de las sociedades locales

I. PRODUCTO TURÍSTICO

TIERRA, 2007, dice que “el producto es todo aquello que contribuye a la satisfacción de los clientes o consumidores; por tanto, lo que se vende son satisfacciones que esperan obtenerse mediante el consumo de ese producto, cuya utilidad depende de su capacidad para satisfacer una necesidad”.

También cita a diversos autores que permiten definir con mayor claridad lo que es un producto turístico y sus características conceptos que se describen a continuación:

1. **Definición de producto turístico**

CÁRDENAS (1991:15) citado por TIERRA, 2007: “el producto turístico está conformado por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos, turista”. Es decir, desde la perspectiva del turista, el “producto turístico” puede considerarse como una experiencia, en el transcurso de la cual son utilizados productos muy diversos.

En cuanto a esto MEDLIK y MIDDLETON (1973:78) afirman que: “en lo que concierne al turismo, el turista puede optar entre una amplísima gama de productos desde el momento en que sale de su domicilio hasta que regresa. Así, pues, el “producto turístico” puede considerarse como una amalgama de atracciones, de variopintas ofertas de destino y de accesibilidad a los distintos lugares. En otras palabras, el producto no es sólo un asiento en un avión o una habitación en un hotel, o el descanso en una playa, sino la amalgama de numerosísimos componentes intangibles de un paquete tangible”. MIDDLETON, 1995 asegura que, el “producto turístico” ha de ofrecer al consumidor un conjunto de utilidades funcionales y psicológicas, siendo las primeras las que satisfacen las necesidades básicas, y las segundas, las relacionadas con el valor simbólico concedido por el turista al lugar o actividad elegida, y al valor social frente a grupos de referencia (TIERRA, 2007).

2. **Características del producto turístico**

Cuando un cliente adquiere un producto busca en realidad el servicio que proporciona la posesión de ese producto, y a su vez, cualquier proceso de entrega del servicio necesita apoyarse en algunos productos para tangibilizar dicho servicio. Por lo que producto y servicios están complementados.

TIERRA, 2007 cita a KOTLER et al., 1997, donde el autor dice que las características del producto en cuestión, en el “mix de producto turístico”, los elementos intangibles (relajación, imagen) dominan sobre los elementos tangibles (construcciones, comida, regalos), siendo necesario un esfuerzo de tangibilización del servicio.

La doctrina sobre marketing de servicios es relativamente unánime al reconocer cuatro características básicas que se pueden atribuir a los servicios de forma genérica (EIGLIER y LANGEARD, 1989): a) intangibilidad, b) inseparabilidad, c) heterogeneidad y d) caducidad. Pero existen otras tres características, además de las anteriores, que se pueden asociar a los “productos turísticos” de forma particular, y que han sido reconocidas por diferentes investigadores (MIDDLETON, 1988; HOLLOWAY y ROBINSON, 1995; ASCANIO, 1991; ACERENZA, 1990): e) agregabilidad, f) estacionalidad y g) mayor subjetividad.

Para detectar la percepción de las características de las empresas, productos, marcas, lugares, entre otras se debe realizar el estudio de su imagen (MURPHY et al., 2000); no obstante en concreto, a partir de la conceptualización realizada, los estudios de imagen deben perseguir:

- Las características o atributos que definen la imagen y que son importantes para los consumidores, tanto de forma positiva, como negativa se deben conocer (Las características pueden ser tangibles, simbólicas y sociales)
- Evaluar la notoriedad espontánea o asistida de productos, marcas o entidades, lugares, es decir, se debe evaluar, medir el grado de conocimiento en sí mismos, y respecto a los demás (atributos definidos)
- Encontrar características que diferencien, en las imágenes percibidas de los atributos relevantes la posición relativa de la empresa, marca o producto
- Determinar cuál es la mejor posición para el producto o marca; los estudios de imagen deben desarrollarse en términos relativos, no en términos absolutos pues los consumidores pueden

valorar muy positivamente un atributo, pero ese juicio no implica necesariamente una ventaja competitiva, pues también pueden poseerlo los competidores

No obstante, de forma periódica, habrá que comprobar si las diferencias encontradas se mantienen.

El análisis del producto (o marca) requiere que en diferentes momentos o fases del ciclo de vida (del producto) se efectúen comprobaciones de cómo es percibido, y se intente, en ocasiones, cambiar la política de imagen del mismo para favorecer las ventas del mismo (MURPHY et al., 2000; PEARCE, 2000). Debido a causas como la antigüedad del producto, cambios en los gustos de los consumidores, o la aparición de competidores, se pueden encontrar dificultades con el producto en sí, por lo que un análisis del mismo facilita la implantación de estrategias comerciales en general. Además es importante conocer como se representa un producto en la mente de los consumidores por lo que es imprescindible diseñar una estrategia de posicionamiento del producto. El tema del posicionamiento ha tomado un relevante papel dentro de las nuevas estrategias de marketing, pese a su ambigüedad conceptual, que le lleva a ser confundido con el término de imagen percibida. Por ello, es necesario definir y desarrollar el concepto de posicionamiento, como algo distinto de la imagen, y delimitarlo convenientemente (TIERRA, 2007).

J. ¿QUE ES UN PAQUETE TURISTICO?

TIERRA, 2007. Define que el producto o paquete turístico es el conjunto de prestaciones materiales o inmateriales, tangibles o intangibles, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos y las necesidades de un turista, abocado a servicios adicionales, tales como: transporte, hospedaje, tours. Estos aspectos al unirse en un solo propósito, serán de un interés importante para los viajeros, que desean conocer la naturaleza de nuestro país.

1. Objetivos

- Atraer demanda turística
- Captación de nuevos mercados

- Captación de nuevos segmentos de mercados
- Función recordatorio
- Diversifica la oferta turística habitual
- Fidelización de clientes

2. **Ventajas**

Los paquetes turísticos forman un conjunto de servicios, los cuales el turista puede conseguir en una sola compra, ahorrándose todos los procesos de reservación y contratación de cada uno de los servicios por separado. Esto le facilita al viajero la toma de decisión de compra y la preparación del viaje.

- Incremento de la ocupación
- Venta Agrupada
- Control sobre los días de estancia
- Colaboración entre varias empresas
- Refuerza y mejora la imagen
- Da a conocer servicios, actividades
- Incremento de los ingresos en temporada baja
- Despertar el interés del público

- Estímulo para mercados próximos
- Incrementa los clientes potenciales
- Soporte para una campaña
- Menor número de competidores
- Diferenciación frente a la competencia

3. **Inconvenientes**

- Requiere un esfuerzo organizativo
- Exige un diseño cuidadoso y bien estudiado
- Implica tareas y actuaciones de promoción para el lanzamiento de la oferta
- Supone un coste: Diseño y Promoción
- En caso de no funcionar, crea una pérdida de credibilidad
- Exige el cumplimiento de todas las actuaciones incluso cuando el grupo o el nº de servicios no es el óptimo
- Cuando varias empresas se implican en una oferta común, se debe asumir las tareas de coordinación y control del resto

K. CARACTERÍSTICAS DEL DISEÑO DE PAQUETES

- Combinación de Servicios Turísticos
- Venta de Forma Conjunta
- A precio único
- Elemento de promoción
- Nueva forma de “envasado” y presentación de un producto al mercado
- Conjuga varios elementos del marketing mix
- Tienen una duración limitada

L. CLASIFICACIÓN DE LOS PAQUETES TURÍSTICOS

1. Según la estructura

a. Cerrados: Incluyen todos los servicios con fecha, hora, etc., (tours. circuitos, etc.). Destinos exóticos, público poco experimentado.

b. Semicerrados: Algunos servicios están incluidos, otros son opcionales. (fly& Drive, estancias fin de semana) destinos más cercanos. Propicia el descubrimiento la sensación de elegir “a la carta”. Se elaboran para público más experto.

c. Abiertos: El cliente va cerrando servicios según quiere (bonos). Gran variedad. Posibilidad de repetición. Precio conveniente. Imagen.

2. **Según el componente o contenido:**

a. Combinados

1) Para estancias cortas

- Mercados de proximidad
- Ayudan a generar repetición
- Gama variada de actividades, con posibilidad de realizar diferentes actividades en diferentes épocas
- Es conveniente la promoción y difusión de estos productos durante la temporada alta (dirigido a nuestros clientes habituales)

b. Temáticos

- La tematización debe ser clara y fácilmente perceptible (Todas las actividades relacionadas con el tema)
- El tema debe ser atractivo, sencillo, de interés para el público general
- Tema circular (a lo largo del año con variaciones)
- Tema general (invariable)
- Tema Puntual (aprovechando acontecimientos, circunstancias o momentos)

3. **Según el público:**

a. Generales

1) Dirigidos a todo tipo de público

- Indiferenciados
- No especializados

b. Para segmentos de mercado o según el público

Existen segmentos de clientela muy interesantes y poco atendidos (niños, discapacitados, adultos mayores). Estos tres segmentos se mueven fuera de la temporada alta. A continuación algunas particularidades por cada segmento de mercado:

1) Tercera edad

- Segmento en crecimiento, tanto en volumen como en propensión al viaje
- Disponibilidad de tiempo libre
- Interés cultural creciente
- Actividades relacionales
- Valores añadidos en temas de salud, cuidados especiales y alimentación

2) Niños

- Los niños tiene gran poder adquisitivo
- Disponibilidad de tiempo libre mayor que sus padres
- Componente “cultural” o de “aprendizaje” fundamental
- Diseño de estancias para niños “solos”
- Diseño de estancias para familias, con programas paralelos para los adultos

3) Discapacitados

- El diseño de los paquetes debe estar asistido por un experto en accesibilidad
- Mercado de 600 Millones de personas en todo el mundo 11% de la población europea
- Incremento de personas con movilidad reducida
- Estimaciones de 50 millones de Europeos
- De estos, en torno a 36 millones están en condiciones físicas y económicas de realizar turismo
- Distribuidores especializados: fácil acceso a la comercialización

4. Componentes

El producto turístico puede ser visto por un sinfín de atracciones, alojamientos y entretenimientos. Los componentes básicos que lo integran son:

- a. **Atractivo:** Que sea atrayente al cliente y a las necesidades que éste desee suplir, en la cual se le brinden diferentes opciones que le permitan al mismo escoger la mejor opción
- b. **Facilidades:** Que brinde al cliente una serie de facilidades en tiempos, financiamientos, horarios, lugares, precios, alimentación, hospedaje u otros
- c. **Acceso:** Que los lugares que se visiten contengan formas de transporte accesibles al cliente
- d. Existencia de una actividad principal
- e. Servicio de alojamiento
- f. Servicio de restauración
- g. Actividades complementarias
- h. Transporte
- i. Visitas concertadas
- j. Obsequios/concursos (TIERRA, 2007)

Cuadro No.1 Componentes de los paquetes turísticos (producto)

| Componentes principales | Tipo | Especificidad |
|--|-------------------------|--|
| Atractivos Se definen como aquellos elementos naturales o culturales capaces de generar atracción turística | Atractivos naturales | Montañas, planicies, costas, lagos, lagunas, esteros, ríos, caídas de agua, grutas y cavernas, termas, áreas protegidas |
| | Atractivos artificiales | Museos y manifestaciones culturales, folklore, realizaciones técnicas y contemporáneas, acontecimientos programados. |
| | Recursos humanos | Hospitalidad, buen trato y atención, orgullo por la cultura y el pueblo, limpieza y buena presentación |
| Facilidades Constituyen el conjunto de prestaciones que son ofrecidas al turista para su disfrute, confort, comodidad y Tranquilidad | Alojamiento | Establecimientos hotelero y extrahoteleros, |
| | Alimentos y bebidas | Restaurantes, bares, cafeterías, drive inn, etc. |
| | Alquiler de vehículos | Empresas de alquiler de vehículos |
| | Organización de viajes | Agencias mayoristas, agencias de viajes, operadoras de turismo, centros de turismo comunitario. |
| | Recreación | Instalaciones deportivas, night clubs, casinos, cines y teatros, parques temáticos, centros de espectáculos públicos, etc. |
| Accesibilidad Parte fundamental del producto que permite la conectividad entre el atractivo, los servicios y el turista | Otros | Información al turista, guías de turismo, comercios turísticos, casas de cambio, congresos y convenciones, etc. |
| | Medios de Transporte | Terrestre, aéreo, marítimo, fluvial, lacustre, funicular |
| | Vías de Comunicación | Autopistas, carreteras, troncales y tramos, terminales de transporte, servicios de transporte. |

Fuente: TIERRA, 2007

M. PLAN DE NEGOCIO

1. Plan de negocios

Según ACOSTA, 2005. El plan de negocios reúne en un documento único toda la información necesaria para evaluar un negocio y los lineamientos generales para ponerlo en marcha. Presentar este plan es fundamental para buscar financiamiento, socios o inversionistas, y sirve como guía para quienes están al frente de la empresa.

En el proceso de realización de este documento se interpreta el entorno de la actividad empresarial y se evalúan los resultados que se obtendrán al accionar sobre ésta de una determinada manera. Se definen las variables involucradas en el proyecto y se decide la asignación óptima de recursos para ponerlo en marcha.

Según sea la magnitud del proyecto, la realización del plan puede llevar unos días o varios meses, ya que no se trata sólo de redactar un documento sino de imaginar y poner a prueba toda una estructura lógica. (¿Se puede vender esta cantidad a este precio? ¿Con esta estructura se puede responder a esta demanda? ¿Es esta inversión suficiente para este crecimiento proyectado?). Es importante destacar que si bien los aspectos financieros y económicos son fundamentales, un plan de negocios no debe limitarse sólo a planillas de cálculo y números. La información cuantitativa debe estar sustentada en propuestas estratégicas, comerciales, de operaciones y de recursos humanos.

a. Los objetivos:

Ninguna empresa que pretenda competir en los complejos mercados actuales puede pasar por alto la tarea de imaginar escenarios futuros. El plan de negocios muestra en un documento el o los escenarios más probables con todas sus variables, para facilitar un análisis integral y una presentación a otras partes involucradas en el proyecto (inversionistas, socios, bancos, proveedores, clientes).

Las ideas en abstracto pueden ser geniales, pero si no se tiene en claro cómo transformarlas en realidad, pueden no encontrar apoyo, tambalearse frente a los problemas o quedar olvidadas en el tiempo.

Los objetivos que justifican la elaboración de un plan de negocios difieren según el momento de la vida de la empresa y el tipo de negocio que vaya a planificarse. En general, las razones por las que se decide realizar un plan de negocios son:

- Tener un documento de presentación de un proyecto a potenciales inversionistas, socios o compradores

- Asegurarse de que un negocio tenga sentido financiera y operativamente, antes de su puesta en marcha
- Buscar la forma más eficiente de llevar a cabo un proyecto
- Crear un marco que permita identificar y evitar potenciales problemas antes de que ocurran, con el consiguiente ahorro de tiempo y recursos
- Prever necesidades de recursos y su asignación en el tiempo
- Evaluar el desempeño de un negocio en marcha.
- Valuar una empresa para su fusión o venta
- Guiar la puesta en marcha de un emprendimiento o negocio

En las pymes, donde las decisiones suelen estar fuertemente concentradas en pocas personas, la elaboración de un plan de negocios tiene una ventaja adicional: permite establecer una distancia entre el humor cambiante (o los caprichos) de los empresarios y las decisiones de negocios tomadas sobre la base de información y análisis.

b. Antes de empezar:

Muchas veces se confunde la idea de un producto con un negocio. Antes de lanzarse a armar un plan es necesario elaborar muy cuidadosamente la idea.

La realización de un plan de negocios no se limita a una tarea de redacción. No es un proceso lineal. Por lo tanto, suele resultar necesario volver a analizar cada punto frente a cada avance. Por esto, es recomendable utilizar una computadora que permita ir recolectando la información y modificándola, antes de llegar a la versión final.

Cada punto debe tener sentido en su relación con los demás, y debe surgir de un análisis en profundidad, que suele llevar tiempo.

Si bien el tiempo invertido puede significar costos, en realidad, se trata de una inversión. Un plan de negocios bien realizado indica qué hacer y cómo hacerlo, lo que permite ahorrar tiempo y evitar contratiempos posteriores. Llega incluso a considerarse un activo en la evaluación de un negocio, ya que lo convierte en un negocio con "manual de instrucciones", como es el caso de las franquicias.

Antes de comenzar su elaboración, es bueno organizar la información disponible, detectar cuál es la información faltante y determinar cómo se conseguirá, además de pensar si se está en condiciones de realizarlo solo, o si se necesitará la participación de otras personas o equipos (responsables de áreas, abogados, contadores, etc.).

Durante la elaboración del plan debe tenerse en cuenta qué se quiere lograr con él (¿conseguir dinero?, ¿aprobación de una idea?, ¿un buen análisis para uno mismo?), considerando cuál es la información que le interesa a quien lo recibirá y de qué se le intenta convencer, pero cuidando también que la visión personal no quite a la información presentada el sustento objetivo.

c. Componentes:

El plan de negocios recorre todos los aspectos de un proyecto. Los capítulos que se desarrollarán en el dossier incluyen: resumen ejecutivo, introducción, análisis e investigación de mercado, análisis Swot, estudio de la competencia, estrategia, factores críticos de éxito, plan de marketing, recursos humanos, tecnología de producción, recursos e inversiones, factibilidad técnica, factibilidad económica, factibilidad financiera, análisis sensitivo, dirección y gerencia, conclusiones y anexos (ACOSTA, 2005).

1ro Resumen ejecutivo: Es un breve análisis de los aspectos más importantes de un proyecto, que se ubica delante de la presentación. Es lo primero que lee el receptor del proyecto, y quizás, por falta de tiempo, lo único. Debe describir en pocas palabras el producto o servicio, el mercado, la empresa, los

factores de éxito del proyecto, los resultados esperados, las necesidades de financiamiento y las conclusiones generales.

Si bien se ubica al comienzo del plan, es conveniente realizarlo al final, después de haber analizado todos los puntos. Su extensión es clave: no más de dos páginas, preferentemente sólo una.

El objetivo de este resumen es captar la atención del lector y facilitar la comprensión de la información que el plan contiene, por lo que se debe prestar especial atención a su redacción y presentación.

2do Introducción: Antes de comenzar el desarrollo se debe contextualizar el plan, describiendo:

- Cuál es el negocio que se desarrollará
- Quiénes realizan la presentación del plan y para qué
- Si se trata de una empresa en marcha, cuál es su misión y su trayectoria
- Cuál es la fecha de presentación y si existe un plazo para la aprobación del plan
- Cuál es el enfoque con que se preparó el plan

3ro Análisis e Investigación del Mercado: Pocos errores son tan graves como lanzar un producto o servicio sin conocer en profundidad el mercado.

La investigación de mercado se utiliza para conocer la oferta (cuáles son las empresas o negocios similares y qué beneficios ofrecen) y para conocer la demanda (quiénes son y qué quieren los consumidores). El plan de negocios refleja algunos sucesos históricos (trayectoria de la empresa, del mercado, del consumo, etc.), pero fundamentalmente describe situaciones posibles en el futuro. En sus resultados se fundamenta gran parte de la información de un plan de negocios: cuáles son las necesidades insatisfechas del mercado, cuál es el mercado potencial, qué buscan los consumidores,

qué precios están dispuestos a pagar, cuántos son los clientes que efectivamente comprarán, por qué comprarán, qué otros productos o servicios similares compran actualmente.

Si bien no en todos los casos es imprescindible contratar una investigación de mercado extrema, debe buscarse información sobre la demanda que responda estas preguntas, sustentando la propuesta del plan de negocios. Fuentes como revistas y diarios especializados, cámaras empresariales, internet, consultores o personas que ya están en el mercado pueden aportar información valiosa.

4to Análisis Swot: El análisis Swot (Strengths, Weakneses, Oportunities, Threatens) o Foda (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) es una herramienta estratégica que se utiliza para conocer la situación presente de una empresa. Es una estructura conceptual que identifica las amenazas y oportunidades que surgen del ambiente y las fortalezas y debilidades internas de la organización.

El propósito fundamental de este análisis es potenciar las fortalezas de la organización para:

- Aprovechar oportunidades
- Contrarrestar amenazas
- Corregir debilidades

Las amenazas y oportunidades se identifican en el exterior de la organización, en su contexto. Esto implica analizar:

- Los principales competidores y la posición competitiva que ocupa la empresa entre ellos.
- Las tendencias del mercado
- El impacto de la globalización, los competidores internacionales que ingresan al mercado local y las importaciones y exportaciones

- Los factores macroeconómicos sociales, gubernamentales, legales y tecnológicos que afectan al sector

Las fortalezas y debilidades se identifican en la estructura interna de la organización. Deben evaluarse:

- Calidad y cantidad de los recursos con que cuenta la empresa
- Eficiencia e innovación en las acciones y los procedimientos
- Capacidad de satisfacer al cliente (ACOSTA, 2005)

Preguntas guía

- ¿Para qué se armará el plan de negocios?
- ¿Quiénes lo elaborarán?
- ¿Cuáles son los plazos?
- ¿Cuál es el punto de partida?
- ¿Cuáles son los supuestos?
- ¿Cuáles son los productos o servicios?
- ¿Cuáles son las fortalezas que permitirán tener éxito en este negocio?
- ¿Cuáles son las debilidades que se deben corregir?

- ¿Cómo se corregirán?
- ¿Cuáles son los factores que pueden poner en peligro el proyecto (amenazas)?
- ¿Cómo se neutralizarán o enfrentarán?
- ¿Cuáles son las oportunidades que pueden favorecer el negocio?
- ¿Cómo se hará para aprovecharlas y para aumentar la probabilidad de que se presenten?
- ¿Qué se conoce sobre la demanda?
- ¿Quiénes son los consumidores?
- ¿Qué buscan?
- ¿Cómo se van a satisfacer sus necesidades?
- ¿Cuántos son los consumidores potenciales?
- ¿Y cuántos los que realmente comprarán?
- ¿Qué fuentes permiten llegar a estas conclusiones?(ACOSTA, 2005)

IV. MATERIALES Y MÉTODOS

A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR

1. Localización

El Centro de Turismo Comunitario Kichwa Shayari está a 61 km del cantón Lago Agrio. En la parroquia El Dorado de Cascales, cantón Cascales, provincia de Sucumbíos.

2. Ubicación geográfica

Altitud: 316 m.s.n.m.

Latitud: 00°02'07"

Longitud: 77°10'14"

3. Características Climáticas

Temperatura: 17° a 37° C

Precipitación: 2000 a 3000 mm anuales

4. Clasificación Ecológica

Bosque húmedo tropical (HOLDRIDGE, 20011)

5. **Materiales y equipos**

- a. **Materiales:** resmas de papel bon tamaño, libreta de campo, papelógrafos, marcadores, esferos, cinta adhesiva, tinta para recargar marcadores
- b. **Equipos:** Computadora, impresora, cámara filmadora, Gps

B. **METODOLOGÍA**

Los métodos que se aplicaron para la realización de este trabajo son:

- **Método descriptivo:** permitió conocer el estado actual del objeto de estudio, resultado que fue cuidadosamente analizado para establecer los lineamientos a seguir para la elaboración del plan
- **Método de observación:** se recurrió a fuentes primarias (observación directa, salidas de campo). Datos que se respaldaron en la aplicación de la técnica de la entrevista utilizando como instrumento el cuestionario para la obtención de información y fuentes secundarias (libros, censos, cartas topográficas, cuadros estadísticos, web, entre otros)

La metodología que se aplicó para el cumplimiento de los objetivos fue la siguiente:

1. **Elaborar un diagnóstico de la situación actual de la comunidad**

El levantamiento de la información se realizó en base a los siguientes ámbitos:

Cuadro N°02: Ámbitos para el levantamiento de información

| | | |
|---|---|--|
| INFORMACIÓN GENERAL | Ubicación geográfica, límites, accesibilidad, reseña histórica, relaciones con los colindantes | |
| AMBIENTAL | Medio Físico -Clima (temperatura, precipitación) -Geología (tipos de suelo) -Topografía -Hidrología (ríos, riachuelos, cascadas, lagunas) -Energía | Medio Biológico -Zonas de vida -Flora (bosque, lista de sp.) -Fauna (lista sp. Y especies en peligro) -Áreas protegidas más cercanas -Educación ambiental -Desechos sólidos |
| SOCIOECONÓMICO | Población, educación, salud, vivienda, medios de comunicación, servicios básicos, viabilidad y transporte poblaciones más cercanas, estructura social, actividades económicas | |
| MARCO LEGAL ADMINISTRATIVO | Leyes y reglamentos Administración y planificación Calidad Comunicación y mercadeo Capacitación Suministros y proveedores | |

Se trabajó mediante talleres participativos y entrevistas, las mismas que se desarrollaron en base a reuniones con la directiva y los jefes de familia, posteriormente se socializó la información a toda la comunidad.

2. **Realizar el inventario del patrimonio cultural de la comunidad kichwa Shayari**

Para conocer el estado actual de la situación cultural de la comunidad se aplicó el primer paso del Manual de Revitalización Cultural propuesto por Víctor Hugo Torres (1994), que se basa en cinco componentes:

- a. Bienes del patrimonio (listado completo)
- b. Calendario de ciclos festivos y ritos en el año y sus problemas
- c. Formas de vida de las familias
- d. Instituciones y organizaciones que promocionan la cultura en la zona
- e. Actividades que plantea la comunidad para revalorizar las manifestaciones culturales

La metodología del Manual de Revitalización Cultural se complementó con la propuesta de Cartillas de Revalorización Cultural de AGRUCO, 2008 (Anexo 01); para lo cual se siguió el siguiente esquema:

- a. Se identificaron las manifestaciones culturales
- b. Entrevista y diálogo con los pobladores de la comunidad
- c. Sistematización y participación
- d. Validación y complementación

3. Estructurar un plan de revitalización para el patrimonio cultural de la comunidad Shayari

Después de conocer y analizar el diagnóstico situacional e inventario se procedió a la elaboración de la matriz CPES (causa, problema, efecto, solución), la misma que se desarrolló mediante talleres participativos.

Para la elaboración de la propuesta del plan se utilizó el esquema metodológico de la estructura de programas y la metodología de Víctor Hugo Torres que propone dos fases:

Fase 1. Elaboración del plan de revitalización cultural: Esta fase estará basada en dar respuesta a las 10 preguntas que están relacionadas con las actividades culturales.

La información obtenida se sistematizó en la matriz de marco lógico, como un perfil de proyecto, que permitirá a la comunidad la búsqueda de fuentes de financiamiento.

Cuadro N°03: Modelo de matriz de marco lógico

| <u>RESUMEN NARRATIVO</u> | <u>INDICADORES</u> | <u>MEDIOS DE VERIFICACION</u> | <u>SUPUESTOS</u> |
|--|--|--|---|
| <u>Fin</u> Es la expresión de solución al problema identificado | Ámbitos de tiempo, cantidad y calidad, fijan metas para medir el cumplimiento de los objetivos, resultados y supuestos | Fuentes para a cerciorarse de que el resultado se ha logrado | Factores externos al control del proyecto que tienen incidencia en su ejecución |
| <u>Propósito</u> Efecto directo que se espera logran como resultado de la ejecución | | | |
| <u>Componentes</u> Resultados tangibles e intangibles específicos | | | |

| | | | |
|--|--|--|--|
| necesarios para alcanzar el propósito | | | |
| <u>Actividades</u> Punto de partida para la ejecución del plan | | | |

Fuente: MUÑOZ, 2007

Fase 2. Validación del plan

La validación del plan se realizó conjuntamente con las personas que participaron en los talleres y entrevistas a las cuales se las convocó a una asamblea para exponer el plan de revitalización donde se recogieron las opiniones, sugerencias y cambios que posteriormente se ajustaron al Plan de Revitalización actual.

4. Diseñar un producto turístico comunitario

Primero: Para cumplir con este objetivo se realizó un estudio de mercado para lo cual fue necesario lo siguiente:

a. Estudio de mercado

- 1) **Determinar la demanda** se procedió a identificar el mercado meta para lo cual se estableció el universo de estudio dato que se reemplazó en la fórmula estadística de Cannavos para obtener el tamaño de la muestra.

a) Universo de estudio

El universo de estudio corresponde a los turistas extranjeros que arribaron a la ciudad de Quito en el año 2009 y tomaron como destino de visita la Reserva de Reproducción Faunística Cuyabeno. También fueron considerados los estudiantes de educación básica y de bachillerato de la ciudad de Lago Agrio.

b) Muestra

Para el cálculo de la muestra se empleó la siguiente fórmula:

Fórmula de Cannavos

$$n = \frac{N \times P \times Q}{(N - 1) (e/z)^2 + P \times Q}$$

Dónde:

n = tamaño de la muestra

N = el universo de estudio

P = probabilidad de ocurrencia

Q = probabilidad de no ocurrencia

e = 0.08 Margen de error

Z = 1,75 confianza o nivel de confiabilidad

c) Determinación del perfil del turista potencial.- el análisis se realizó después de tabular los datos de la encuesta, resultados que fueron estudiados para determinar el perfil del turista.

b. Análisis de la oferta

Se detalló la oferta actual y se identificaron los recursos con los que cuenta la comunidad, atractivos que posteriormente se resumieron para conocer ciertas características que permitan determinar su potencial. Además de analizar los servicios complementarios, infraestructura básica social y facilidades turísticas, elementos que forman parte de la oferta.

c. Análisis de la competencia

Se procedió a la caracterización de la competencia identificando los diferentes centros turísticos comunitarios para llegar a un análisis comparativo.

d. Proyecciones

Las proyecciones se realizaron con el objetivo de conocer el crecimiento de la demanda futura, demanda insatisfecha y la demanda objetiva en 5 años, para lo cual se aplicó la fórmula del incremento compuesto:

$$Cn = Co (1+i)^n$$

Dónde:

Co= universo

Cn= número de turistas

i = índice de crecimiento turístico

n= año a proyectar

Segundo: Para el diseño y estructura del producto turístico comunitario fue necesario seguir ciertos lineamientos que se mencionan a continuación:

- a.** Estructura técnica del servicio
- b.** Identificación de proveedores
- c.** Elaboración de tours, circuitos y paquetes
- d.** Estimación de precios de acuerdo al mercado
- e.** Normativas y regulaciones
 - 1) Políticas
 - Reservaciones
 - Cancelaciones
 - Devoluciones
 - 2) Normas
 - Comportamiento de los turistas
 - Comportamiento del personal
 - Comportamiento del personal frente a los turistas

f. Estructura administrativa y legal

- 1) Marco legal
- 2) Organización
- Organigrama

g. Manual de funcionamiento

h. Manual de procedimiento

i. Áreas de capacitación

j. Definición de proyectos complementarios

5. Elaboración de un plan de negocios para la comercialización del producto turístico comunitario

Para la elaboración del plan de negocio se propuso lo siguiente:

a. Análisis del mercado

1) General: desde el punto de vista internacional y nacional

2) Puntual: desde la perspectiva del turismo comunitario

3) Identificación de los nichos de mercado

b. Análisis del producto

1) Ventajas competitivas

- Eficiencia
- Calidad

- Innovación
- Servicio al cliente

2) Administración del negocio

- Organigrama
- Personal

3) Planificación estratégica

- FODA
- Misión
- Visión
- Objetivos estratégico: corto, mediano, largo plazo

c. Plan de marketing y ventas: se desarrolló en base al marketing mix

- Estrategias del producto
- Estrategias de precio
- Estrategias de plaza
- Estrategias de promoción

- Presupuesto

d. Evaluación económica y financiera

- Confrontación oferta y demanda
- Económica (balances)
- Financiera (TIR, VAN, RC/B)

V. RESULTADOS

A. Diagnóstico de la situación actual de la comunidad

1. Información general

a. Ubicación Geográfica

La Comunidad Shayari está ubicada en la Región Amazónica Ecuatoriana, Provincia de Sucumbíos, Cantón Cascales, Parroquia el “Dorado de Cascales” a 61 Km. del cantón Lago Agrio.

b. Límites

La Comunidad de Shayari limita al:

Norte: Río Aguarico

Sur: Recinto Los Ángeles

Este: Comunidad Antisuyo

Oeste: Comunidad Shirys

c. Accesibilidad

A Shayari se puede ingresar por Cascales o Lumbaqui, la carretera es de tercer orden y hasta el sitio se llega en rancheras de la Cooperativa de Transporte Putumayo que se encuentran en la ciudad de Lago Agrio, el costo es de \$2,50. Cuando se entra por Cascales se debe cruzar el río Aguarico en

gabarra. El tiempo de viaje es de 2 horas y media. Por Lumbaqui la ruta es directa pero toma 3 horas de viaje.

d. Reseña histórica

Los habitantes de esta comunidad son procedentes de la provincia de Pastaza. En el año de 1975 llegaron a la provincia de Sucumbíos y se asentaron en el cantón Cascales, parroquia El Dorado de Cascales, en las cercanías del río Aguarico, llamando a esta población Comuna Pastaza. En el año 2000, catorce familias (socios), deciden independizarse de la Comuna Pastaza y formar una nueva comunidad en un sector llamado Shayari que significa “levántate”.

El 15 de abril del mismo año se crea la Comunidad Shayari con catorce socios y se posesiona como presidente Oswaldo Guatatuca presidente. Ante la pérdida paulatina de la cultura e identidad de la misma, acompañado de la destrucción progresiva del ambiente y la falta de fuentes de ingresos económicos; situaciones que preocuparon a Don Fausto Vargas (presidente actual de la comunidad), por lo que sugirió la idea de formar un Centro de Turismo Comunitario con el fin de rescatar su cultura y conservar el ambiente mediante la difusión cultural y la actividad turística, acciones que les permitirían obtener rentabilidad económica, sin destruir la naturaleza y conservar su identidad. Es así que un 15 de enero del 2004 se crea el Centro de Turismo Comunitario Shayari desde entonces hasta la actualidad los miembros del centro se capacitan constantemente en temas de hospitalidad, turismo, ambiente, cultura, entre otros que les permiten mejorar la calidad del servicio que ofrecen.

e. Relaciones con los colindantes

La comunidad guarda buenas relaciones de amistad con las comunas Shyris, Pastaza, Antisuyo y el Recinto Los Ángeles, pero existen problemas cuando se liberan animales silvestres del Centro de Rescate Shayari, los comuneros colindantes los cazan para alimentarse y en algunos casos para venderlos. Es ahí cuando surgen las contrariedades, Shayari tiene la ideología de conservación y por esta razón no están de acuerdo como proceden sus compañeros. Actualmente el Presidente del

Centro de Turismo Comunitario mantiene diálogos con los representantes de las diferentes comunas para arreglar esta situación.

2. **Ámbito ambiental**

a. Medio Físico

1) Clima

Shayari se encuentra en el cantón Cascales razón por la cual las características climáticas son similares en toda la zona; está ubicado en el bosque húmedo tropical, tiene un clima que va desde templado húmedo en las estribaciones de la cordillera El Bermejo a un tropical lluvioso en la cuenca amazónica, muy caluroso y muy húmedo con temperaturas promedio que oscilan entre los 26 C° y los 34C°, con precipitaciones promedio de 3.000 mm anuales. La distribución de lluvias durante el año es muy regular, siendo los meses de mayor intensidad lluviosa los de abril a junio y menos intensos entre julio y noviembre.

2) Orografía y altitud

En la zona noroccidental está atravesado por la cordillera El Bermejo con 1.100 msnm y en la parte más alta hacia el cantón Sucumbíos, alcanza hasta los 2.100 msnm. La zona subandina se presenta al pie de la vertiente oriental de la cordillera, corresponde a estructuras sedimentarias y distribuidas por movimientos tectónicos se asemeja a una tercera cordillera, formada por relieves que van de moderados a fuertes, desarrollados a partir de rocas areniscas, calizas, arenas, conglomerados y arcillas cubiertas parcialmente por cenizas volcánicas.

Luego se tiene hacia el oriente, el resto del territorio que corresponde a la llanura amazónica u hoya amazónica que se extiende entre los 600 y 240 msnm con un relieve uniforme de pequeñas colinas

suaves, originadas por la erosión de la región montañosa, se tiene una extensión de pequeñas colinas desarrolladas sobre sedimentos arcillosos.

En la zona de las riberas del río Aguarico, donde están gran parte de los asentamientos humanos, corresponde a la zona en la que atraviesa la carretera Quito – Lago Agrio, se tiene altitudes entre 500 msnm hacia el Occidente y 340 msnm hacia el Oriente. En la geología regional se encuentran formaciones entre el cretácico y el cuaternario, los sedimentos corresponden al holoceno.

3) Tipos de Suelo

Presentan en general una textura arenosa y arcillosa. A partir del río Aguarico hacia el norte, es fundamentalmente arcillosa; hacia el sur, son suelos arenosos y se tiene también suelos negros siendo estos los más aptos para la agricultura. Otra forma de distinguir los diferentes tipos de suelos que tiene el cantón es la siguiente:

a. Suelos negros, son relativamente fértiles y están preferentemente en el lado izquierdo de la vía Lago Agrio - Quito y hacia el sector sur.

b. Suelos rojos, generalmente se encuentran ubicados en las colinas, relativamente son infértiles y predominan en el margen derecho de la vía Quito y hacia la zona oeste sector Bermejo, presentan una capacidad de intercambio cationico de mediano a bajo y un alto contenido de aluminio intercambiable, lo que hace que este tipo de suelos tenga acidez y sea tóxico para ciertas plantas.

4) Hidrografía

Shayari se encuentra dentro de la cuenca hidrográfica centro sur que atraviesa a Cascales en sentido transversal y tiene como afluentes de occidente a oriente los ríos Duvino, Loroyacu, Cascales en el margen norte; los ríos Duvino que luego toma el nombre Pusino y finalmente de Tibuno, que luego de recibir las aguas del río Duvuno desemboca en el Aguarico. El río Pastaza que viene de conectarse con

la laguna del mismo nombre, siendo esta una de las más grandes del cantón. El río Boyasé, en cuyo margen sur se encuentra una formación lacustre de tres lagunas pequeñas y más al sur el río Panduyacu.

A lo largo del cantón recorren ríos de menor afluencia como son: Duvino, Cascales, Loroyacu, Cristal, Aguas Blancas, Sarayacu, Bermejo, Pescadito, Negro, Venado, Boyasé, Taruka, Betano, etc. Encontrándose además acumulaciones de líquido que forman parte de las lagunas, en algunos casos sirven como fuentes y terminales de pequeñas vertientes. (MUNICIPIO DE CASCALES, 2010)

b. Medio Biológico

1) Zonas de Vida

Bosque húmedo tropical (HOLDRIDGE, 2011)

2) Flora

Entre la flora más representativa están las plantas medicinales tales como: sangre de drago, uña de gato, challuwa kaspi, ajo silvestre, ayawasca, lalu, hoja de mal aire, cacao silvestre, jengibre, caimito, guayaba, churiyuyo, rascadera, oreja de armadillo entre otros.

Cuadro N°04: Lista de la flora representativa

| FAMILIA | NOMBRE CIENTÍFICO | NOMBRE COMÚN |
|----------------|----------------------------|---------------------|
| Sterculiaceae | <i>Herrania balaensis</i> | Cacao silvestre |
| Zingiberaceae | <i>Zingiber officinale</i> | Jengibre |
| Sapotaceae | <i>Pouteria caimito</i> | Caimito |
| Crassulaceae | <i>Kalanchoe pinnata</i> | Churi yuyo |
| Myrtaceae | <i>Psidium guajava</i> | Guaba |
| Araceae | <i>Philodendron sp.</i> | Rascadera |

| | | |
|---------------|-----------------------------|-----------------------|
| Piperaceae | <i>Peperomia sp.</i> | Oreja de armadillo |
| Malpighiaceae | <i>Banisteriopsis caapi</i> | Ayawaska |
| Euphorbiaceae | <i>Croton lechleri</i> | Sangre de drago |
| Monimiaceae | <i>Siparuna eriocalyx</i> | Hoja de mal de viento |
| Rubiaceae | <i>Uncaria tomentosa</i> | Uña de gato |
| Bignoniaceae | <i>Mansoa alliacea</i> | Ajo silvestre |
| Apocynaceae | <i>Aspidosperma sp.</i> | Escama de pescado |

3) Fauna

Los animales que más se pueden observar en el área son los siguientes: lora, oropéndola, tucán, oatzin, cacique, monjita, perdis, sahino, danta, mono chichico, chorongó, barizo, boa, equis, lagarto, tortuga, carachama, rana, mono nocturno.

Cuadro N°05: Lista de la fauna representativa

| FAMILIA | NOMBRE CIENTÍFICO | NOMBRE COMÚN |
|------------------|---------------------------------|---------------|
| Cebidae | <i>Saguinus tripartitus</i> | Mono chichico |
| MAMÍFEROS | | |
| Atelidae | <i>Lagothrix lagotrichia</i> | Mono chorongó |
| Cebidae | <i>Saimiri Sciureus</i> | Mono barizo |
| Cebidae | <i>Aotus lemurinus</i> | Mono nocturno |
| Tayassuidae | <i>Pecari tajacu</i> | Sahino |
| Tapiridae | <i>Tapirus terrestres</i> | Danta |
| AVES | | |
| Psittacidae | <i>Amazona farinosa</i> | Lora real |
| Fringillidae | <i>Psarocolius angustifrons</i> | Oropendola |
| Ramphastidae | <i>Ramphastos tucanus</i> | Tucán |

| | | |
|-----------------|-------------------------------|-------------------|
| Opisthocomus | <i>Opisthocomus hoazin</i> | Oatzin |
| Bucconidae | <i>Monasa nigrifrons</i> | Monjita |
| Fringillidae | <i>Cacicus cela</i> | Cacique |
| REPTILES | | |
| Boidae | <i>Boa constrictor</i> | Boa |
| Viperidae | <i>Bothrops atrox</i> | Serpiente equis |
| Alligatoridae | <i>Melanosuchus niger</i> | Lagarto |
| Testudinidae | <i>Geochelone Denticulata</i> | Tortuga terrestre |
| PECES | | |
| Loricariidae | <i>Plecostomus sp</i> | Carachama |

4) Manejo de desechos sólidos

Los desechos sólidos no tienen un tratamiento adecuado para la basura por la falta de un plan de manejo de desechos sólidos. Una parte de los desperdicios inorgánicos son recolectados por el municipio y la otra queda en la comunidad y cada familia se encarga de llevarla a un sitio específico determinado que está dentro de sus fincas y sirve como abono para sus cultivos. Las aguas grises y negras van a un pozo séptico de 2m x 2m sin ser separadas.

5) Programas de educación ambiental

No existe ningún programa de educación ambiental que haya sido impartido por alguna institución del Estado u ONG, la comunidad recientemente está recibiendo el apoyo de Rainforest Alliance en temas de ambiente y sobre todo en el inicio de las buenas prácticas de sostenibilidad que se están aplicando en el centro turístico comunitario.

3. Ámbito socioeconómico

a. Población

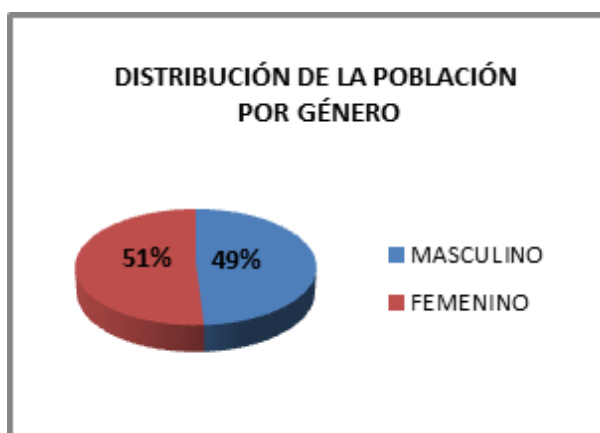


Gráfico N°01: Distribución de la población por género

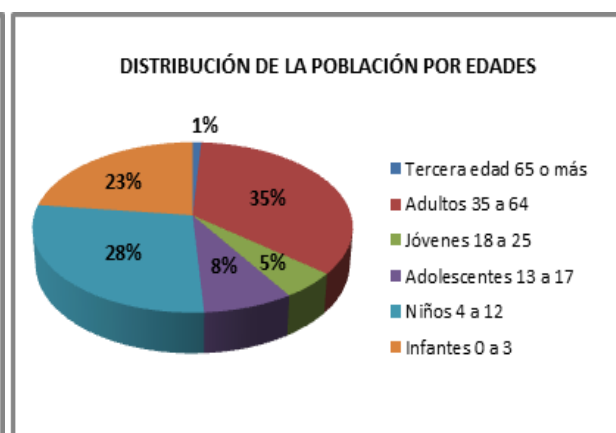


Gráfico N°02: Distribución de la población por edades

El 51% de la comunidad es de género femenino y el 49% son hombres. De acuerdo a las edades la población se distribuye de la siguiente manera: infantes ocupan el 23%; niños el 28%, adolescentes el 8%; jóvenes el 5%; adultos el 35% y tan solo el 1% representa al adulto mayor.

b. Educación

La mayoría de la población solo tiene educación básica y representa el 35%, en pocos casos con el 13% son bachilleres. Existe una escuela en la comunidad que se llama CENTRO EDUCATIVO SHAYARI, es la única de la localidad donde asiste el 25% de la población que corresponde a los niños de 5 a 12 años de edad.

La guardería YUTURI que pertenece al INFA acoge a niños desde los 2 años hasta los 4 años, en este establecimiento los pequeños reciben estimulación temprana. Las escuelas y colegios más cercanos están en el Cantón Cascales y las universidades en la ciudad de Lago Agrio. Tan solo el 4% de la población total es analfabeta y está comprendida por personas adultas y de la tercera edad.

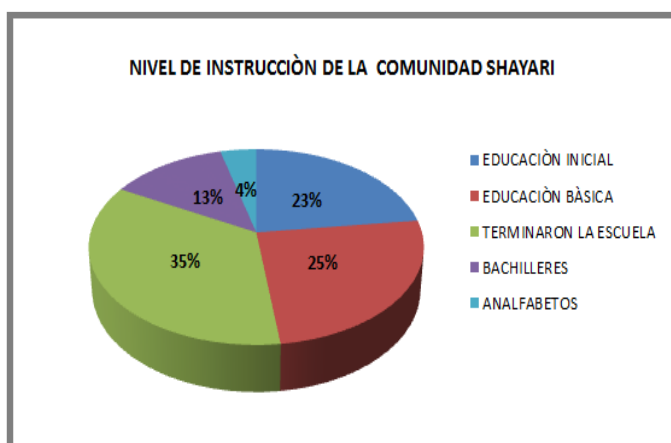


Gráfico N°03: Nivel de instrucción de la comunidad Shayari

c. Salud

No cuentan con un centro ni dispensario médico privado o estatal, el más cercano se encuentra en la parroquia El Dorado de Cascales. Pero en la comunidad se aplica la medicina tradicional donde se pone en manifiesto el uso de las plantas medicinales para sanar algunas enfermedades.

d. Vivienda

La vivienda es de madera, en su interior la distribución del espacio es de la siguiente forma: sala comedor, cocina; y algunas casas tienen hasta 3 dormitorios y pocas residencias son de bloque, en la comunidad no habitan en casas típicas de la cultura Kichwa, pero el servicio de alojamiento que ofrecen, es, en este tipo de construcción típica.

e. Medios de comunicación

En este sector se puede comunicar a través de la telefonía móvil, siendo la operadora Claro la que brinda este servicio, pero en ocasiones y dependiendo de la ubicación del usuario la intensidad de la señal es buena, de lo contrario no hay forma de comunicación vía telefónica. Recientemente la

empresa CNT (Corporación Nacional de Telecomunicaciones) ha puesto a disposición de las comunidades la señal de telefonía satelital, donde el consumidor adquiere un teléfono fijo que es entregado por la misma empresa siendo este un medio más efectivo de comunicación ya que la recepción de la señal es mejor que la de la operadora móvil.

f. Servicios básicos

La comunidad no cuenta con los servicios como son: agua potable, alcantarillado, electricidad, red telefónica, entre otros. Se proveen de agua de una vertiente, la misma que es entubada y abastece al poblado, pero en verano esta se seca y el líquido vital se vuelve escaso, la luz es fotovoltaica y se genera a través paneles solares, esta sirve para alumbrar las cabañas y el comedor que acogen a los turistas.

g. Vialidad y transporte

La vía interoceánica o carretera principal es asfaltada. Pero para ingresar a Shayari se lo puede hacer por Lumbaqui o Cascales ambos caminos son carreteras de tercer orden. Las rancheras salen desde Lago Agrio y se debe tomar una que diga La Troncal- Los Ángeles, hay turnos desde la 10:15 am y salen cada dos horas el último turno es el de las 16:00 pm. Si viaja en transporte particular se recomienda hacerlo en un 4x4 o motocicleta.

Cuadro N°06: Horario de salida de las rancheras de la Cooperativa Putumayo

| Ruta Lago Agrio-San José-Shayari | | Ruta Lago Agrio- Lumbaqui-Shayari | |
|----------------------------------|----------------------|-----------------------------------|----------------------|
| Hora | 10:15 am 12:15 pm | Hora | 14:00 pm 16:00 pm |

h. Estructura social

La estructura social de cada hogar es de la siguiente forma: Jefe de Familia es el padre, la segunda autoridad es la figura materna, finalmente vienen los hijos, quien toma las decisiones es el hombre, consulta a su esposa, la escucha, pero la última palabra la tiene el jefe de hogar.

La comunidad está integrada por 12 familias, la misma que tiene una directiva legalmente reconocida; siendo el Presidente el Sr. Fausto Vargas, Tesorero el Sr. Rafael Padilla, Secretaria la Sra. Luzmila Machoa, 1er Vocal el Sr. Roberto Huatatoca, 2da Vocal la Sra. Maritza Dahua y 3ra Vocal la Sra. Tereza Vargas. Mientras que el Centro Turístico Comunitario Shayari se encuentra representado por el señor Guillermo Vargas como administrador.

i. Actividades económicas

Los pobladores de la comunidad se dedican a la agricultura. Siembran yuca, papa china, plátano, y recientemente se dedican a la siembra de cacao y en pequeña escala a la producción avícola. Las mujeres son las encargadas de la elaboración de shigras, collares, lanzas, mocahuas, ollas de barro, coronas, trajes típicos de la zona, manillas, redes, hamacas, adornos, que son comercializados directamente; por estas actividades cada familia tiene un ingreso promedio mensual de \$52,00 dólares. Desde hace cinco años la actividad turística es otra fuente de trabajo que está mejorando la situación económica de los socios.

j. Poblaciones más cercanas

Las poblaciones más cercanas son: el recinto de Los Ángeles y La Troncal.

4. Ámbito legal y administrativo

a. Leyes y reglamentos

El centro de turismo comunitario Shayari opera desde el año 2004, y forma parte del CORTUS “Corporación de Turismo Comunitario de Sucumbíos” desde el año 2007. Actualmente se encuentra en proceso de ser legalizada como comunidad y estar registrada en la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana este documento le permitirá a Shayari obtener el permiso del Ministerio de Turismo para operar y ser reconocido como centro de turismo comunitario.

Internamente la comunidad cuenta con un manual operativo del centro de turismo comunitario que regula las actividades, funciones y procedimientos lo cual permite mantener el orden y una organización adecuada para que la operación turística sea exitosa.

b. Administración y planificación

La administración del Centro de Turismo Comunitario está bajo la dirección de Guillermo Vargas como administrador quien planifica y organiza las actividades, éste, convoca a una Asamblea donde todos se ponen de acuerdo y se organizan en grupos de trabajo para la recepción de turistas y prestación del servicio.

c. Promoción y comercialización

La CORTUS, es la entidad encargada de promocionar y comercializar el producto turístico comunitario, a través de una página web <http://cortus.org/home.html>, donde se da a conocer los paquetes turísticos que tienen las comunidades, también cuenta con el apoyo del Gobierno Provincial de Sucumbíos por medio del Departamento de Turismo, quien promociona a Shayari en su página web www.sucumbios.gov.ec/, en este sitio se exponen los servicios turísticos que ofrece el centro. En la guía turística de Sucumbíos, auspiciada por el Gobierno Provincial de Sucumbíos (GPS) se puede

encontrar información de Shayari de sus atractivos y como llegar al lugar. Al ser considerados en las publicaciones del material turístico que gestiona el GPS permite promocionar al centro a nivel local, provincial y nacional ya que este material se distribuye en ferias y eventos de carácter turístico.

5. Capacitación

Los socios del centro turístico comunitario son constantemente capacitados en temas de hostelería, administración y turismo, pero en el ámbito ambiental no existe una capacitación continua que les permita elaborar un programa de acción para minimizar los impactos generados por la operación turística.

6. Suministros y proveedores

La comunidad tiene una tienda comunitaria que abastece de atún, aceite, margarina, fideos, galletas, snacks, café en sobre, jabón para la ropa, deya, papel higiénico entre otros artículos que se ponen a disposición del centro turístico para su compra. Cada socio tiene pollos y piscinas de cachama productos que están a la venta, cuando se requiere de los mismos se verifica a que socio se le compro la vez anterior de esta manera se da la oportunidad a otro productor. Para adquirir suministros como víveres, carnes, embutidos, lácteos y artículos de limpieza se debe acudir a tiendas comerciales de la ciudad de Cascales. Se puede diferenciar dos tipos de proveedores: internos los que se encuentran en la comunidad y proveedores externos aquellos que están fuera de la misma.

Cuadro N°07: Proveedores externos

| NOMBRE DEL PROVEEDOR | DIRECCIÓN | TIPO DE PRODUCTO |
|----------------------|-----------|-----------------------|
| Tienda de María | Cascales | Hortalizas y abastos |
| Viveres Daysi | Cascales | Lácteos y carnes |
| Viveres Nataly | Cascales | Artículos de limpieza |


B. inventario del PATRIMONIO cultural de la comunidad kichwa Shayari


1. Lista de los bienes del patrimonio cultural

La comunidad kichwa Shayari a través del tiempo ha olvidado ciertos momentos y cosas a las que se debían respeto y después de la evangelización ya no se realizan los rituales ceremoniales en estos sitios debido a la creencia de la existencia de un solo Dios, pero al trabajar en turismo los pobladores decidieron valorar aquellos lugares u objetos que tienen un significado sagrado y que son merecedores de respeto ya que son parte de su cultura.

a. Cosas de respeto

Cuadro N°08: Descripción de las cosas de respeto

| Cosas de respeto | | FICHA N°01 |
|---|---|-------------------------------------|
| Título: Cascada Shamán Compartida por: Fausto Vargas Ubicación: Comunidad Shayari, cantón Cascales, provincia de Sucumbíos |  | |
| | | Fotografía: Adriana Calvache |
| Antecedentes: es una cascada que tiene una caída de aproximadamente 12 metros de altura de aguas cristalinas y que está dentro del bosque Shayari | | |
| Descripción: en esta cascada antiguamente se practicaban rituales shamánicos donde el yachak bebía la ayawaska, planta de la que se raspa la cáscara y se cocina con otras hojas de challi panka o wayusa. El yachak celebraba este ritual solo cuando había noches oscuras para realizar curaciones | | |
| Observaciones y comentarios: Actualmente en el sitio no se realizan rituales | | |
| Glosario Ayawaska: es una liana trepadora de flores pequeñas de color amarillo o rosadas, se encuentra sembrada en las chakras o en el monte. Es una planta con propiedades alucinógenas Challi panka (wayusa) arbusto del cual se utilizan las hojas Yachak: shaman | | |

| FICHA N°02 | |
|--|---|
| Cosas de respeto | |
| Título: Cascada Supay Compartida por: Fausto Vargas Ubicación: Comunidad Shayari, cantón Cascales, provincia de Sucumbíos |  |
| | Fotografía: Adriana Calvache |
| Antecedentes: Se encuentra en la comunidad Shayari, su fondo está formado de rocas de color oscuro, su caída de agua es aproximadamente de 4 metros de altura | |
| Descripción: se dice que en este lugar se aparece el demonio motivo por el cual esta cascada lleva el nombre de Supay. Los habitantes de la comunidad prefieren no visitar la cascada en noches oscuras. También cuentan que el duende que vive allí se presenta a los borrachos. Debido a estos sucesos los pobladores tienen respeto a este sitio | |
| Observaciones y comentarios: en esta zona no se realizan rituales | |
| Glosario Supay: demonio que aparece cerca de la cascada | |

b. El saber popular diario

1) Comidas propias del lugar

Las comidas propias del lugar se basa en la preparación de los alimentos de la zona como el: verde, la yuca, la papa china, camote y carne de monte hasta ahora se prepara el raspado de verde, maito de pescado, moyon, palmito, hongos, ají.


a) Preparación de las comidas

i. Antes: las comidas se preparaban a leña por ejemplo el maito se lo hacía con carachama, moyon o cualquier carne de monte, se colocaba un poco de sal y se envolvía con hojas de bijao para después poner a asar con el calor de la leña. La yuca o el verde se raspaban con rayador llamado shikita, envuelto en hojas y se ponía al horno, ya ahumado se agregaba el ají después se cocinaba con

pescado o con carne. Para elaborar la chicha de yuca se ponía a cocinar el tubérculo en una olla grande de barro se dejaba enfriar para luego masticar y poner a reposar por tres días para después servir a familiares o visitas que llegaban a la casa.

ii. **Actual:** la forma de preparar los alimentos han cambiado debido a la introducción de nuevos ingredientes y artículos que permiten la facilidad y elaboración rápida de los platos propios del lugar, en algunos casos desplazando las técnicas tradicionales y en otros fusionando para crear novedosos platillos que no se puede encontrar en otros sitios.


Cuadro N°09: Descripción de los platos propios de la comunidad Shayari

| El saber popular diario | | FICHA N°03 |
|--|--|--|
| Título: Uchumanka Compartida por: Fausto Vargas Ubicación: Comunidad Shayari, cantón Cascales, provincia de Sucumbíos | |  |
| Fotografía: Adriana Calvache | | |
| Antecedentes: es un plato tradicional que antiguamente se elaboraba para ocasiones especiales, el mismo que lleva algunos ingredientes típicos de la zona. Actualmente ya no se elabora | | |
| Descripción: Para preparar la uchumanka se necesita lo siguiente Ingredientes: <ul style="list-style-type: none">- Carne silvestre puede ser de guanta, guatusa, armadillo o pescado- Ají- Ajo de monte- Cilantro Preparación: Se coloca dentro de una olla de barro todos los ingredientes con agua, la cantidad de este líquido depende para el número de personas que se quiera preparar la uchumanka, después poner a cocinar en el fuego de la leña durante todo el día. Se sirve caliente y se recomienda conservarla de esta forma por lo que se debe mantener caliente a fuego lento y el contenido debe ser removido con un cucharón constantemente | | |

Observaciones y comentarios: para la elaboración de este plato se requiere de dedicación y tiempo, pero es importante retomar la costumbre preparándolo en celebraciones especiales como el aniversario de la comunidad

Glosario

Uchumanka: plato tradicional que se elabora solo en ocasiones muy especiales

| FICHA N°04 | |
|--|---|
| El saber popular diario | |
| <p>Título: Maito de carachama</p> <p>Compartida por: Nelsón Vargas</p> <p>Ubicación: Comunidad Shayari, cantón Cascales, provincia de Sucumbíos</p> |  |
| Fotografía: Adriana Calvache | |
| <p>Antecedentes: el maito anteriormente no llevaba sal solo era el pesado envuelto en hoja y puesto a la brasa. Actualmente se preparan maitos con carne de pollo y tilapia acompañados de cebolla, pimienta, cilantro, palmito; ingredientes que se cortan finamente y se mezclan con el aliño y la sal al gusto</p> | |
| <p>Descripción:</p> <p>Ingredientes</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2 carachamas pequeñas - Sal al gusto - 3 hojas de bijao <p>Preparación</p> <p>Lavar las carachamas y las hojas de bijao. Colocar las carachamas sobre las hojas y espolvorear la sal luego envolver y amarrar con una fibra de paja toquilla. Asar a la brasa colocado sobre la parrilla y volteando constantemente hasta que el maito este liviano dejar asar de 20 a 30 minutos</p> | |
| <p>Observaciones y comentarios: limpiar y lavar bien el pescado; procurar que las hojas de bijao estén totalmente higiénicas</p> | |
| <p>Glosario</p> <p>Carachama: pez que habita en ríos de agua dulce (<i>Plecostomus sp</i>)</p> | |

El saber popular diario

Título: Chicha de yuca

Compartida por: Maritza Dahua

Ubicación: Comunidad Shayari, cantón Cascales, provincia de Sucumbíos



Fotografía: Adriana Calvache

Antecedentes: : La chicha de yuca es una bebida que se mantiene desde tiempos remotos y se brinda en ocasiones especiales como: matrimonios, aniversarios, mingas entre otros

Descripción:

Ingredientes

- Yucas
- Camotes
- Chicha fermentada

Preparación


Limpiar la yuca y cocinar en una olla grande; una vez cocida, se coloca en una batea y se procede a moler con el mazo, después rayar el camote y mezclar, agregar la chicha fuerte y dejar enfriar. Guardar en un balde y tapar. En la mañana se debe mover la chicha con el cucharón y servir.

Observaciones y comentarios: Al preparar la chicha se debe verificar que el lugar este completamente limpio y los baldes donde se coloca la bebida estén en buen estado.

Glosario

Batea: recipiente de madera de gran tamaño que se utiliza para aplastar la yuca


Mazo: utensilio de madera que sirve para moler la yuca

| FICHA N°06 | |
|---|---|
| El saber popular diario | |
| Título: Ceviche de palmito Compartida por: Nelsón Vargas Ubicación: Comunidad Shayari, cantón Cascales, provincia de Sucumbíos |  |
| Fotografía: Adriana Calvache | |
| Antecedentes: el ceviche de palmito es un plato actual que se prepara para ofrecer a los turistas que visitan Shayari | |
| Descripción: Ingredientes <ul style="list-style-type: none"> - Palmito - Pimiento - Tomate - Ají - Perejil - Limón - Agua - Verde | |
| Preparación Picar el palmito y el pimiento luego rociar el jugo de limón, aparte hacer el jugo de tomate, mezclar todos los ingredientes agregando un poco de agua y espolvorear sal al gusto. Se puede servir con verde cocinado o chifles | |
| Observaciones y comentarios: este plato se puede servir también con canguil | |
| Glosario Palmito: palma que se da en climas subtropicales y tropicales (<i>Bactris gasipaes</i>) | |

2) Cultivos actuales

Los cultivos actuales siguen siendo los mismos que antes, cultivan yuca, maíz, papa china, camote, ají y plátano. Pero también se encuentran sembríos de cacao, fruta que genera buena rentabilidad económica.

Cuadro N°10: Descripción de la preparación de la tierra para el cultivo

| El saber popular diario | | FICHA N°07 |
|--|--|---|
| Título: Preparación de la tierra para el cultivo Compartida por: Melba Vargas Ubicación: Comunidad Shayari, cantón Cascales, provincia de Sucumbíos | |  |
| | | Fotografía: Adriana Calvache |
| Antecedentes: el suelo se prepara casi igual que lo hacían los abuelos, antes las mujeres eran las encargadas de acomodar el suelo para la siembra, limpiaban la chacra y cantaban para tener buenos cultivos, ahora los hombres ayudan a preparar el suelo y también siembran | | |
| Descripción: para disponer el suelo de la chacra las mujeres primero limpiaban la misma y la dejaban reposar unos dos meses; esto se hacía para que el alimento no salga amargo. Una vez listo el suelo para la siembra empezaban a cortar los coditos de yuca, papa china y plátano, después dejaban tapados los coditos con hojas de papaya, papa china y yuca, y pedían que esta planta diera frutos. Al día siguiente estos eran llevados al lugar donde se los iba a sembrar | | |
| Observaciones y comentarios: actualmente ya no cantan ni tapan los coditos con las hojas de papaya, papa china y yuca, razón por la cual creen que ya no se dan buenas cosechas | | |
| Glosario Coditos: son las uniones de las ramas de las plantas en ese sitio se realiza el corte para la siembra de la rama | | |

3) Vestimenta y

accesorios



Fotografía: Adriana Calvache

La vestimenta original era confeccionada a mano por ellos, la fibra que utilizaban para elaborar la ropa la obtenían de los árboles de pita y yaichama, también usaban la chambira. Los hombres llevaban corona de plumas de tucán y papagayo, su cintura vestía una correa de bejuco. Las mujeres

vestían faldas de chambira llamadas panpalina. Los accesorios eran aretes de plumas y pulseras de semillas. Tanto hombres como mujeres en fiestas o rituales pintaban sus rostros y usaban tobilleras de semillas. En la actualidad se visten de acuerdo a la tendencia de la moda que imponen las diferentes casas comerciales. Se ponen jeans, camisas, pantalones de tela entre otros.

Cuadro N°11: Descripción de la vestimenta tradicional

| El saber popular diario | | FICHA N°08 |
|---|--|--|
| Título: Vestimenta tradicional Compartida por: Fausto Vargas Ubicación: Comunidad Shayari, cantón Cascales, provincia de Sucumbíos | |  |
| | | Fotografía: Adriana Calvache |
| Antecedentes: la vestimenta de los kichwas originalmente era confeccionada a base de fibra natural sin procesar. En la actualidad la comunidad Shayari ha retomado la forma de vestir que tenían en el tiempo de la evangelización cuando llegaron los misioneros jesuitas al oriente en la década de los años 60 y 70. Este tipo de vestimenta la utilizan con mayor frecuencia debido a que la tela que se requiere para elaborar la misma es de fácil adquisición, razón por la cual con esta reciben a los turistas y para la presentación del grupo de música y danza kichwa los integrantes llevan puesto la vestimenta original | | |
| Descripción: -Vestimenta de hombres.- los hombres llevan puesto una cotuna, que en el cuello de la misma está decorada con cintas de colores vistosos y se usan wara. La cotuna y el wara pueden ser de color azul, verde o blanco. Los pies van descubiertos -Vestimenta de mujeres.- las mujeres también utilizan cotuna de color celeste y panpalina de color azul oscuro; complementan la vestimenta con accesorios decorativos como son la maqui wallalka o kuna wallalki y alinka | | |
| Observaciones y comentarios: intensificar el uso de la vestimenta tradicional en niños y jóvenes de la comunidad | | |
| Glosario | | |

Cotuna: blusa de tela que utilizan tanto los varones como las mujeres

Panpalina: falda de tela

Maqui wallalka: manilla


Kuna wallalki: pulsera

Alinka: collar


4) Artesanías

Son elaboradas de forma manual y se mantiene la técnica ancestral para la elaboración de las mismas, el material que utilizan para trabajar son las semillas silvestres, fibra vegetal, taninos vegetales. Actualmente han incorporado materiales nuevos como el hilo encerado y herramientas como el taladro y el crochet.

Cuadro N°12: Descripción de las artesanías que se elaboran en la comunidad

| Saber popular diario | | FICHA N°09 |
|--|---|------------|
| <p>Título: Elaboración de la Mokahwa</p> <p>Compartida por:</p> <p>Ubicación: Comunidad Shayari, cantón Cascales, provincia de Sucumbíos</p> |  | |
| <p>Fotografía: Adriana Calvache</p> | | |
| <p>Antecedentes: La elaboración de objetos de cerámica remonta desde épocas, son especialmente las mujeres las que se dedican a moldear el barro obteniendo vistosas figuras zoomorfas y mokahwas. En la actualidad se ha innovado y mejorado el acabado de la cerámica</p> | | |
| <p>Descripción: Para moldear la mokahwa se necesita el barro que se obtiene de los ríos, una vez lista la arcilla se procede a darle forma y volumen, con una piedra lisa se pule la mokahwa y se deja secar para después colocar una pintura, si el tiempo no permite que la cerámica se seque</p> | | |


| |
|--|
| con el sol se la lleva al horno y se coloca la primera pintura, se espera que seque para proceder a su decoración y poner el barniz que le dará el brillo a la mokahwa |
| Observaciones y comentarios: Tener cuidado con las piezas para que no se despostille y mejorar el acabado de la cerámica |
| Glosario Mokahwa: recipiente para servir la chicha |

| FICHA N°10 | |
|--|---|
| Saber popular diario | |
| Título: Confección de pulseras simples y elaboradas Compartida por: Marcelina Alvarado Ubicación: Comunidad Shayari, cantón Cascales, provincia de Sucumbíos |  |
| Antecedentes: Las pulseras hay de dos tipos simples y elaboradas Simples.- son aquellas que no requieren de mucho tiempo y su elaboración es más sencilla Elaboradas.- son aquellas que requieren de mayor tiempo para ser confeccionadas y de igual forma se utiliza mayor cantidad de material | |
| Descripción: Para confeccionar una pulsera simple o elaborada es necesario adquirir algunos materiales que se obtienen del mismo bosque como son semillas de: ashira, chuko, shiguango, matiri, chuco pequeño, san pedro y tiras de chambira Pulseras simples.- La fibra se teje en cadena con crochet y cada 6 puntos va una semilla en el centro la cual debe distinguirse de las demás, el largo de la pulsera va a variar de acuerdo a la medida que el comprador desee Pulseras elaboradas: la fibra se teje | |
| Observaciones y comentarios: crear nuevos modelos de pulseras que sean un poco más llamativas y que se diferencie el estilo de cada artesana | |
| Glosario Chambira: es una palma de la cual se obtiene la fibra vegetal | |

5) Construcción de las casas

a) Casas tradicionales

Cuadro N°13: Descripción de la construcción de las casas tradicionales

| El saber popular diario | | FICHA N°11 |
|---|---|-------------------------------------|
| <p>Título: Casas tradicionales</p> <p>Compartida por: Guillermo Vargas</p> <p>Ubicación: Comunidad Shayari, cantón Cascales, provincia de Sucumbíos</p> |  | |
| | | Fotografía: Adriana Calvache |
| <p>Antecedentes: las casas tradicionales son construidas con materiales de la zona, en su interior no existen divisiones y todos los integrantes de la familia viven en la misma casa, en el centro ubican la leña para cocinar los alimentos. El humo que se genera permite que la paja del techo dure más y no habiten animales pequeños como insectos</p> | | |
| <p>Descripción: para construir las casas utilizaban la madera de pambil o caña guadua las cortaban en tiras de hasta 4 metros de largo, las alzaban y juntaban una con otra, estas tiras eran amarradas con bejucos largos hasta formar una pared. Para construir el techo requerían de tiras más delgadas de madera que de igual manera eran amarradas con bejucos hasta armar una estructura triangular con una caída de dos aguas a la que cubrían con paja toquilla o kumbe. Las</p> | | |



paredes eran forradas con caña guadua y se demoraban 15 días en esta actividad el piso era de madera. Las casas tenían las siguientes dimensiones 6 metros de largo y 5 metros de ancho de una sola planta y tenía la siguiente distribución, en el medio iba la cocina, en las partes laterales, estaban los espacios destinados para descansar. No existían divisiones

Observaciones y comentarios: en la comunidad pocos pobladores viven en casas tradicionales ahora optan por construir las casas con bloques y cemento y techo de zinc

Glosario

Kumbe: palma de la cual se utilizan las hojas para los techos de las casas

b) Casas actuales

Fotografía: Adriana Calvache

Cada familia tiene casa de bloque y madera con techo de zinc. En la planta baja se encuentra la cocina, un espacio para recibir a las visitas y un cuarto. En el segundo piso está dividido por cuartos y el baño se lo ubica fuera de la casa.

c. Símbolos y valores

1) Tradiciones de la comunidad

a) Antes

Las tradiciones de la comunidad existen desde mucho tiempo atrás, algunas aún se mantienen como costumbre formando parte de su cultura. Los pobladores de la comunidad creen en las tradiciones porque son parte de su vida e identidad siendo la chicha de yuca una bebida tradicional que se brinda en fiestas tradicionales, mingas y en visitas familiares y no familiares.

Antiguamente se pedía a la Pacha mama permiso para sembrar o entrar a las montañas, a las lagunas, incluso para ir de cacería. También se creía que el shamán al morir se podía convertir en tigre, puma o boa.

Era una tradición que la esposa cantara al Tucán de la Montaña (Urku sikuanga) para que protegiera al esposo cuando este salía de cacería.

Los pobladores no recuerdan una leyenda que relate como aparecieron los humanos pero si conocen como un humano se puede convertir en tigre.

Cuadro N°14: Descripción del cuento que se convertía el humano en tigre

| | |
|--------------------------------|-------------------|
| El saber popular diario | FICHA N°12 |
|--------------------------------|-------------------|

Título: El cuento que se convertía el humano en tigre
Compartida por: Fausto Vargas
Ubicación: Comunidad Shayari, cantón Cascales, provincia de Sucumbíos



Fotografía: Adriana Calvache

Antecedentes: el cuento es una narración tradicional que se transmite de generación en generación y relata hechos extraños que sucedieron en tiempos remotos

Descripción de la tecnología: Los abuelos tenían una planta sembrada en sus chacras que se llama Puma yuyu y eso se preparaba y daba de tomar a un niño o niña desde los 3 años de edad por eso cuando cumplían 15 o 18 años ya se convertían en tigre, en caso de problemas él o ella se transformaban para atemorizar al enemigo. Las personas de edad avanzada se convertían en tigre para asustar a los nietos cuando estos no obedecían o lloraban mucho. Se cree que estos tigres son de color blanco y les agrada estar en casas abandonadas sentados junto al fogón. Cuando ven a alguien a lo lejos salen corriendo al monte y se van alejando hasta que se encuentran con el tigre de la selva que se los devora y es en ese preciso momento en que el humano deja de convertirse en tigre

Observaciones y comentarios: este es uno de los cuentos que pocas personas de la comunidad recuerda debido a que la mayoría de la población es joven y sus padres y abuelos no transmitieron sus conocimientos ancestrales por lo que se desconocen leyendas y cuentos propios de su cultura

Glosario

Puma yuyu: planta herbácea que se siembra en las chacras

Cuadro N°15: Letra de la canción urku sikuanga

FICHA N°13

El saber popular diario

Título: Urku sikuanga
Compartida por: Geovanny Yasakama
Ubicación: Comunidad Shayari, cantón Cascales, provincia de Sucumbíos



Fotografía: Adriana Calvache

Antecedentes: la canción urku sikuanga cantaba la esposa cuando su marido iba de cacería a la montaña para que esta ave lo protegiera y pronto el vuelva a casa. Actualmente las mujeres ya no

| |
|--|
| cantan urku sikuanga |
| <p>Letra de la canción:</p> <p>I</p> <p>Urku sikuanga warmiga atun shigua ramapi <i>Soy una hembra tucán vivo en la motaña alta</i></p> <p>Tlarisha shiwa muyuto mikuni <i>Ciento una rama grande y como la pepa de unguragua</i></p> <p>II</p> <p>Antun ila ramapi kayma chima rikusha <i>Es una rama grande de hiquerón</i></p> <p>Takyni tamiata mañasha <i>Ciento a cantar viendo a lado a lado</i></p> |
| <p>Observaciones y comentarios: en la comunidad solo 2 mujeres conocen de esta canción pero ya no la cantan ni enseñan a sus hijas por lo que se recomienda que se retome la tradición oral</p> |
| <p>Glosario</p> <p>Urku sikuanga: tucán de la montaña</p> |

b) Actual

En la actualidad las tradiciones se están perdiendo siendo una de estas la celebración de la leña Compadre. Es una costumbre que ha desaparecido y se daba cuando había un bautizo o matrimonio los padres del niño o de la novia buscaban un padrino, quien acompañaba en toda la ceremonia y venía a ser el segundo padre. La entrega de la leña compadre correspondía al presidente de la comunidad quien organizaba con cada familia para que entregara un dote de leña. Cuando éste, ya tenía apilado lo suficiente se dirigía a la casa del compadre y le entregaba, esto era para que durante todo el año en el hogar no faltara leña para cocinar los alimentos y preparar la chicha, el significado que tenía era de abundancia para que no pasaran hambre todos los integrantes de la familia.

2. Calendario de fiestas y ritos en el año

Cuadro N° 16: Calendario de fiestas tradicionales

| MES | DIA | FESTIVIDAD | COMIDAS Y BEBIDAS TRADICIONALES |
|-----------|---------------------------|-----------------------------|---|
| Enero | 1 | Año Nuevo | Chicha, maito de pescado |
| Febrero | Fecha movable Carnaval | | |
| Marzo | | | |
| Abril | Movable | Semana Santa | Chicha, ungurahua, maito de pescado |
| | 15 – 16 | Aniversario de la Comunidad | |
| Mayo | 22 | Día de la Madre | Chicha de yuca o chontaduro, maito de pescado |
| Noviembre | 2 | Día de los Difuntos | Chicha de yuca o chontaduro, maito de pescado |
| Diciembre | 24 | Navidad | |
| | 31 | Año viejo | |

Cuadro N°17: Calendario agrícola

| PRODUCTO | SIEMBRA | COSECHA |
|--------------|---------|-----------|
| Yuca | Enero | 6 meses |
| Chontaduro | Febrero | 12 meses |
| Plátano | Marzo | 8 meses |
| | Abril | |
| Maíz | Junio | 6 meses |
| | Julio | |
| Cacao | Agosto | 4 meses |
| uva de monte | | Enero |
| Guaba | | Noviembre |

3. Las formas de vida de las familias

a) La finca

Cada uno tiene una finca de 40 has y otros tienen 20 has, especialmente los que son solteros y aun no tienen familia allí, siembran yuca, plátano, papa china, cacao entre otros. Además se puede encontrar piscinas de carachama y tilapia.

b) Medicina Natural

En la comunidad conservan el conocimiento de las propiedades curativas de las plantas de las cuales se obtienen remedios que sirven para sanar enfermedades como la diarrea, mal de viento, vómito, dolor de estómago, mordedura de culebra, entre otras. En el siguiente cuadro se describe el uso y preparación de la planta.

Cuadro N°18: Lista de plantas medicinales que se utilizan para curar enfermedades

| ESPECIE | USO | PREPARACIÓN |
|---|--|---|
| Nombre científico: <i>Herrania balaensis</i> Nombre común: Cacao Silvestre Nombre kichwa: Campyak | Para mordedura de serpiente, araña y picadura de escorpión | Moler bien la corteza y hervir en un litro de agua, colocar directamente en la herida |
| Nombre científico: <i>Zingiber officinale</i> Nombre común: Jengibre Nombre kichwa: Ajirinri | Alivia dolores estomacales, cólicos, diarrea, fiebre, gripe y dolores del cuerpo | Moler de 3 a 4 jengibres, se extrae el zumo se coloca en medio vaso de agua y se toma en caso de fiebre se agrega una copita de trago |

| | | |
|--|---|---|
| Nombre científico: <i>Pouteria caimito</i> Nombre común: Caimito Nombre kichwa: Aviu | Se usa para tratar dolores de oído y para limpiar infecciones. | Moler y extraer el zumo de 2 cogollos ¹ o un puñado de hojas hasta obtener un líquido verde y lechoso, se coloca en la parte afectada |
| Nombre científico: <i>Psidium guajava</i> Nombre común: Guayaba | Sirve para el tratamiento de la diarrea y el vómito. | Se debe cocinar los frutos con el cogollo y la corteza en 2 litros de agua por 15 minutos hasta que quede una colada. Tomar medio vaso 3 veces al día |
| Nombre científico: <i>Kalanchoe pinnata</i> Nombre común: Churi yuyo Nombre kichwa: Chukri yuyu | Se usa para curar heridas, fracturas, hinchazones, infecciones de los ojos, conjuntivitis, dolor e infección de oídos, nariz e infecciones de vías urinarias | En caso de heridas y fracturas se muele una libra de hojas y se aplica directamente en la zona afectada Para infecciones de ojos, nariz, oído, conjuntivitis, se calienta una hoja en la braza por un minuto hasta que se suavice, se exprime y se coloca directamente en la zona afectada |
| Nombre científico: <i>Philodendron sp.</i> Nombre común: Rascadera Nombre kichwa: Lalu | Se usa para aliviar el dolor en caso de picaduras de conga, de insectos, mordeduras de serpiente. También sirve para curar llagas, aliviar el dolor y detener el flujo de sangre de las heridas | Se corta el tallo y se extrae el látex el cual se aplica directamente sobre la parte afectada. La otra opción es cocinar el tallo sacarle la corteza y tomarse el líquido. Para curar llagas y heridas se raspa el tallo y el raspado se coloca en la parte afectada |
| Nombre científico: <i>Peperomia sp.</i> Nombre común: Hoja de oreja de armadillo Nombre kichwa: Shiya | Sirve para la bronquitis, vómito, el dolor de muela, dolor del cuerpo, dolor de estómago y diarrea | Para la bronquitis y vómito se pone a hervir en agua una planta entera, tomar una copita del preparado 3 veces al día. Para el dolor de muela se tritura la raíz o se cocina 5 hojas en una taza de agua se deja hervir hasta obtener un |

¹ **Cogollo:** hojas tiernas de una planta, son aquellas hojas que recién brotan de las ramas

| | | |
|--|--|---|
| | | concentrado se mezcla con 3 o 4 gotas de leche de papaya y aplicar directamente con un algodón a la muela |
|--|--|---|

c) Matrimonio

1) Antes

Los padres antes escogían el esposo para su hija, ellos iban a visitar a los padres del muchacho que les había agradado para hacerlos consuegros, estos llegaban a un acuerdo y el joven debía pedir a la muchacha que se casara con él. Para esto llamaban a los padrinos, familiares y amigos y el novio debía arrodillarse ante la novia y pedir su mano frente a los invitados, se brindaba con chicha y licor de caña, a los invitados se daba comer carne de monte².

En caso de que la joven no obedeciera a sus padres y no se comprometiera con el muchacho, era sometida a un castigo que consistía en colocarle ají en la boca y latiguarla con un fute³ y ortiga; después del castigo era llevada ante el novio para realizar el compromiso.

Los jóvenes ya comprometidos celebraban la boda en la iglesia, durante la ceremonia los padrinos aconsejaban a los novios diciéndoles que no se deben separar, que deben amarse, brindar chicha a la familia. El acto ceremonial duraba alrededor de 2 horas.

2) Actual

Los padres de las jóvenes solteras ya no deciden con quien casar a sus hijas. Ahora son ellas quienes eligen a su pareja y si los dos están de acuerdo se comprometen y se casan.

² **Carne de monte:** carne de animales silvestres como danta, guatusa, pava, sahino, armadillo y peces

³ **Fute:** látigo de cuero

Para el compromiso el novio va a casa de los padres de la novia y pide a su hija en compromiso para casarse al aceptar estos llaman a los consuegros para llegar a un acuerdo y fijar la fecha de la boda eclesiástica.

La ceremonia religiosa se celebra en la iglesia y después se lleva a los invitados a la casa de la novia donde brindan con chicha y licor de caña por la felicidad de los novios.

d) Bautizo

Cuando nacía un niño o niña se invitaba a los familiares a comer carne de monte y beber chicha y licor de caña después de un mes buscaban padrinos los cuales no debían ser mentirosos, vagos ni pelear, es decir que debían ser personas nobles de buenos sentimientos. Al encontrar a los padrinos los padres del niño/a iban a la iglesia a pedir al padre que bautice a su hijo/a, el padre aceptaba el pedido y quedaban de acuerdo en la fecha para la realización de la ceremonia religiosa.

e) Velorio

Al morir una persona los familiares lo velan en la casa e invitan a que acompañen al difunto, los invitados llevan pollo y se cocina para brindar a todos los presentes. El velorio dura 4 días. Para el entierro o traslado los familiares del muerto llevan chicha y carne de monte y llaman a un animador religioso para que rece y cante al fallecido.

f) Actividades lúdicas

Los niños juegan a las lianas, esta actividad consiste en buscar las lianas⁴ más grandes y saltar de liana en liana, este juego se lo practica en el bosque.

⁴ **Liana:** planta trepadora

Otra forma de entretenerse es cruzando los ríos a través de los troncos que se caen y atraviesan los mismo. Los niños juegan a buscar el tronco más grande y ancho para poder cruzar el río.

Los adultos juegan con la bodoquera, consiste en soplar el arma lo más fuerte para que la flecha alcance al objetivo, esta puede ser una papaya por ejemplo. Anteriormente se dice que las flechas alcanzaban una distancia de 50 a 100 metros. En la actualidad solo llega hasta los 20 metros de distancia.

4. Instituciones y organizaciones que promocionan la cultura en la zona

La comunidad ha recibido ayuda de algunas instituciones que no solamente apoyan en temas de cultura sino en otros ámbitos como son la agricultura, ambiente, turismo, salud y educación. A continuación se detallan las entidades que brindan asistencia de diferente tipo a la comunidad Shayari:

a. Gobierno Provincial de Sucumbíos⁵ (GPS): colabora con la promoción y difusión del centro turístico

b. Municipio de Cascales⁶: realiza eventos y ferias donde dan realce a la cultura kichwa

c. CEFA⁷ (Il seme della solidarietà): participa en programas destinados al desarrollo sostenible del medio rural con acciones dirigidas a la agricultura, la protección del ganado, la energía y el medio ambiente, defensa y recuperación de agua, que están asociados a actividades específicas de liderazgo social, la formación y salud y educación en higiene.

d. FEPP⁸ (Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio): el Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio (FEPP) es una fundación privada con finalidad social, sin fines de lucro y ecuménica, auspiciada por la

⁵ www.sucumbios.gov.ec/

⁶ www.cascales.gob.ec

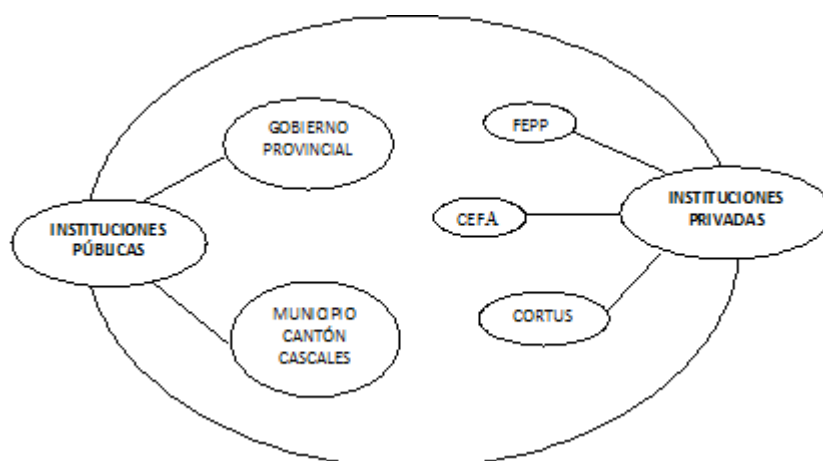
⁷ <http://www.cefaonlus.it/>

⁸ www.fepp.org.ec

Conferencia Episcopal Ecuatoriana que promueve el desarrollo solidario de la humanidad impulsando a los grupos más desheredados a crear microempresas productivas.

e. CORTUS⁹: La Corporación Provincial del Turismo Comunitario de Sucumbíos es una organización de segundo grado que agrupa a comunidades que desarrollan actividades de turismo comunitario. Promueve la conservación y revalorización de las culturas de los pueblos y nacionalidades y la conservación de los territorios ancestrales con criterios de sostenibilidad, equidad y redistribución de los recursos económicos. Fortalece las iniciativas locales en el marco de los valores del turismo comunitario y la economía popular y solidaria.

Gráfico N°



4:

Instituciones y organizaciones que promueven la cultura

⁹ <http://cortus.org/home.html>

C. Plan de revitalización del patrimonio cultural de la comunidad shayari

1. Matriz de causas, problemas, efectos y soluciones (CPES)

Al conocer la situación actual del patrimonio cultural de la comunidad kichwa Shayari se identificó la causa, el problema y el efecto por los cuales se está perdiendo la riqueza cultural. Ante este se proponen soluciones para la revitalización que se describen en la matriz de CPES.

Cuadro N°19: Matriz CPES (causa, problema, efecto, solución)

| | ÀMBITO | CAUSA | PROBLEMA | EFECTO | SOLUCIÓN |
|----------------------|--------|--|--|-------------------|--|
| COMUNIDAD Shayari | Idioma | Vergüenza de hablar kichwa Influencia de la migración Aculturación | Los niños y adolescentes hablan más español que kichwa | Olvido del idioma | Comprometer a los padres de familia a que desarrollen actividades como relatar en el idioma nativo cuentos o leyendas una vez por semana y reunir a los niños y jóvenes para que escuchen estos relatos. En la escuela el profesor dentro de sus actividades debe intensificar la lectura de textos en kichwa para que los menores se acostumbren a escuchar el idioma. |

| COMUNIDAD Shayari | ÀMBITO | CAUSA | PROBLEMA | EFEECTO | SOLUCIÓN |
|----------------------|----------------|---|---|--|---|
| | | | | | Recopilar canciones que estén en kichwa para traducirlas y conocer su contenido, la música es un medio que permite afinar el oído al idioma. |
| | Vestimenta | Poca valoración a la vestimenta tradicional Influencia de la migración Aculturación | Pérdida de vestimenta tradicional | Reemplazan la vestimenta tradicional por la moda actual | Organizar talleres para volver a reaprender a confeccionar vestimenta tradicional. Fomentar en niños, adolescentes y jóvenes el uso de la vestimenta tradicional por lo menos en fiestas de mayor importancia. |
| | Danza y música | Debilitamiento de la identidad cultural | Desvalorización de la danza y música propia | Poco interés de los niños y adolescentes en participar en la danza y música propia | Gestionar recursos en instituciones que apoyen a la cultura para adquirir instrumentos autóctonos. Capacitar a niños, adolescentes y jóvenes en técnicas de danza tradicional. Incentivar a los niños, adolescentes y jóvenes a participar en la formación de un grupo de danza y música. |

| COMUNIDAD Shayari | ÁMBITO | CAUSA | PROBLEMA | EFEECTO | SOLUCIÓN |
|----------------------|--------------------------|--|--|---|--|
| | Iconografía | Poco interés de los antiguos por enseñar a la generación actual el significado de las pinturas decorativas | Falta de conocimiento en la interpretación de las pinturas decorativas | Desconocimiento del significado de las pinturas decorativas | Incentivar a los jóvenes en la investigación de la semiótica cultural kichwa del oriente, con el objetivo de contar con una publicación del significado de las pinturas decorativas donde se reconocerá al investigador. |
| | Costumbres tradicionales | No hay interés en mantener las costumbres tradicionales | Pérdida de costumbres tradicionales | Desaparición de las costumbres tradicionales | Planificar eventos de carácter socio-cultural donde se pueda poner en manifiesto las costumbres tradicionales. Establecer que en el aniversario de la creación de la comunidad se preparará uchumanka. |

2. Estructura del plan de revitalización para el patrimonio de la comunidad Shayari

La estructuración del plan se basó en el análisis de los resultados de la matriz de CPES, donde se identificaron los ámbitos estratégicos de intervención para la revitalización cultural que permitirán desarrollar programas y proyectos que beneficien a la comunidad en la preservación del patrimonio cultural y que este a su vez forme parte integral de un turismo responsable que contribuya a la difusión y promoción de la misma para lo cual se presenta el siguiente plan de revitalización cultural:

a. Visión

En el año 2016 la comunidad ha revalorizado sus manifestaciones culturales para conservar el patrimonio, el cual permitirá que la comunidad Shayari sea reconocida por las organizaciones locales, nacionales e internacionales como un lugar que oferta un producto turístico cultural comunitario con identidad que difunde y valora su cultura kichwa y respeta el ambiente.

b. Misión

El centro de turismo comunitario Shayari tiene como finalidad promover y difundir la cultural mediante el desarrollo de proyectos orientados a la actividad turística que permitan la conservación y participación comunitaria para mejorar la calidad de vida e incrementar los ingresos económicos de los pobladores de la comunidad con responsabilidad social, ambiental y cultural convirtiéndose en un producto turístico orientado al mercado nacional y extranjero.

c. Programas y objetivos estratégicos del plan de revitalización cultural

1) Programas estratégicos

- a)** Revalorización y fortalecimiento del patrimonio cultural de la comunidad Shayari en sus diferentes manifestaciones y representaciones culturales.
- b)** Fomento y desarrollo de las actividades artístico culturales.

2) Objetivos estratégicos

El plan pretende cumplir con los siguientes objetivos

- a)** Revalorizar y fortalecer la identidad cultural de la comunidad mediante la valorización del patrimonio para salvaguardar aquellas manifestaciones culturales relegadas.
- b)** Fomentar el desarrollo de las actividades artístico culturales por medio de acciones que integren a los niños y jóvenes de la comunidad.

3) Definición de programas y proyectos

El plan de revitalización cultural se compone de dos programas y 6 proyectos que son: Programa de revalorización y fortalecimiento del patrimonio cultural en sus diferentes manifestaciones y representaciones culturales de la comunidad Shayari y Programa de fomento y desarrollo de las actividades artístico culturales. Cada uno con sus respectivos proyectos.

Cuadro N°20: Definición de programas y proyectos

| AMBITO | PROGRAMA | OBJETIVO DEL PROGRAMA | PROYECTOS |
|----------|--|---|---|
| Cultural | Revalorización y fortalecimiento del patrimonio cultural de la comunidad Shayari en sus diferentes manifestaciones y representaciones culturales | Revalorizar y fortalecer el patrimonio cultural en sus diferentes manifestaciones y representaciones culturales como son: idioma, vestimenta, tradiciones como parte de la identidad cultural | - Recuperación del idioma kichwa mediante la adquisición de material didáctico educativo y audiovisual para la enseñanza y fortalecimiento del idioma |
| | | | - Revalorización de la vestimenta y accesorios a través de la implementación de un taller artesanal con fines de comercialización del producto |
| | | | - Recuperación y revalorización de las costumbres tradicionales mediante la organización de eventos donde se ponga en manifiesto las tradiciones |

| AMBITO | PROGRAMA | OBJETIVO DEL PROGRAMA | PROYECTOS |
|----------|---|---|--|
| Cultural | Fomento del desarrollo de las actividades artístico culturales por medio de acciones que integren a los niños y jóvenes de la comunidad | Fomentar entre los niños y jóvenes el desarrollo de actividades artístico culturales como son la música, danza, iconografía permitiendo la difusión de las expresiones artísticas de su comunidad | - Formación de un grupo de música y danza integrada por niños y jóvenes para fomentar el arte popular. |
| | | | - Representación escénica de cuentos y leyendas a través del teatro para rescatar y compartir la tradición oral de la comunidad. |
| | | | - Investigación de la semiótica de la cultura kichwa para la interpretación de las pinturas decorativas. |

PROGRAMA 1

a. Nombre del programa

REVALORIZACIÓN Y FORTALECIMIENTO DEL PATRIMONIO CULTURAL DE LA COMUNIDAD SHAYARI EN SUS DIFERENTES MANIFESTACIONES Y REPRESENTACIONES CULTURALES

b. Objetivo del programa

- Revalorizar y fortalecer el patrimonio cultural en sus diferentes manifestaciones y representaciones culturales como son: idioma, vestimenta, tradiciones como parte de la identidad cultural.

c. Justificación

Este programa tiene la finalidad de minimizar el debilitamiento de la identidad cultural causada por la influencia de la migración, la aculturación y el poco interés de las personas de la localidad en conocer su cultura lo que ha provocado que el patrimonio se encuentre amenazado, razón por la cual se busca implementar actividades que permitan revalorar y fortalecer las manifestaciones y representaciones culturales desde un enfoque participativo respetando el conocimiento del saber popular de los pobladores de la comunidad.

d. Proyectos

- 1) Recuperación del idioma kichwa mediante la adquisición de material didáctico educativo y audiovisual para la enseñanza y fortalecimiento del idioma.
- 2) Revalorización de la vestimenta y accesorios a través de la implementación de un taller artesanal con fines de comercialización del producto
- 3) Recuperación y revalorización de las costumbres tradicionales mediante la organización de eventos donde se ponga en manifiesto las tradiciones.

Cuadro Nº 21: Perfil del proyecto 1 del programa 1

| PERFIL DE PROYECTO 1: Recuperación del idioma kichwa mediante la adquisición de material didáctico educativo y audiovisual para la enseñanza y fortalecimiento del idioma | | | |
|--|---|--|--|
| Objetivo: Adquirir material didáctico educativo y audiovisual para enseñar del idioma kichwa a niños/as y jóvenes con la finalidad de recuperar y fortalecer el idioma | | | |
| Presupuesto aproximado del proyecto: \$9.906,30 | | | |
| Resumen narrativo de objetivos | Indicadores verificables objetivamente | Medios de verificación | Supuestos |
| FIN Recuperar el idioma kichwa a través de la enseñanza y fortalecimiento del idioma | Hasta final del año 2015 el 60% de niños/as y jóvenes de la comunidad hablan y se comunican en el idioma kichwa | -Informes técnicos | Los niños/as y jóvenes participan constantemente en el aprendizaje del idioma |
| PROPÓSITO Dotar de material didáctico y audiovisual para la enseñanza del idioma | A finales del año 2014 la comunidad cuenta con 4 aulas dotadas con material didáctico y audiovisual para la enseñanza del idioma kichwa | -Informes técnicos -Material didáctico | La comunidad cuenta con los recursos económicos para la adquisición del material didáctico y audiovisual |
| COMPONENTES | | | |
| 1. Determinación de los requerimientos de la escuela de la comunidad para la adquisición del material didáctico y audiovisual | A finales del mes de febrero del año 2012 se han identificado el 100% de los requerimientos y necesidades para la enseñanza del idioma kichwa | -Documento de necesidades y requerimientos del docente | La comunidad aprueba el documento con la identificación de las necesidades y requerimientos para la adquisición del material didáctico educativo y audiovisual |
| 2. Adquisición del material didáctico y audiovisual | Hasta finales del mes de octubre del año 2014 se ha adquirido el 100% del material didáctico y audiovisual | -Material didáctico y audiovisual -Facturas | La comunidad gestiona el financiamiento para la adquisición del material didáctico y audiovisual |
| | Durante el año 2012, se ha capacitado en un 50% a los docentes en el manejo de programas didácticos y el otro 50% de la capacitación se retoma durante el | -Registro de inscripción de participantes | Los docentes participan activamente en las capacitaciones sobre programas didácticos para la enseñanza del |

| | año 2013, cumpliendo a finales de este año el 100% de las capacitaciones en programas didácticos para la enseñanza del idioma kichwa | -Lista de participantes -Certificados | idioma kichwa |
|--|--|--|-----------------|
| ACTIVIDADES | | | PRESUPUESTO USD |
| C1.1. Identificar las necesidades y requerimientos de los docentes | | | 15,00 |
| C1.2. Socializar la información | | | 16,30 |
| C2.1. Selección de proformas para la adquisición del material | | | |
| C2.2. Adquirir el material didáctico | | | 7500,00 |
| C2.3. Entrega formal de las adquisiciones | | | 30,00 |
| C3.1. Elaborar un plan de capacitación en programas didácticos | | | |
| C3.2. Identificación de participantes | | | 645,00 |
| C3.3. Establecer el tiempo para la capacitación | | | |
| C3.4. Definir las temáticas a tratarse en la capacitación | | | |
| C3.5. Implementación de la capacitación | | | 1700,00 |
| C3.6. Seguimiento y evaluación | | | |

Cuadro Nº22: Perfil del proyecto 2 del programa 1

| PERFIL DE PROYECTO 2: Revalorización de la vestimenta y accesorios a través de la implementación de un taller artesanal con fines de comercialización del producto | | | |
|---|--|--|---|
| Objetivo: Implementar un taller artesanal donde se elabore vestimenta y accesorios propios de la cultura kichwa para su promoción y comercialización | | | |
| Presupuesto aproximado: \$11.643,10 | | | |
| Resumen narrativo de objetivos | Indicadores verificables objetivamente | Medios de Verificación | Supuestos |
| FIN Revalorar las vestimenta y accesorios usados en la cultura kichwa a través de la implementación de un taller artesanal | Hasta el 1er trimestre del 2013 el 75% de la comunidad conoce el proceso de confección y elaboración de la vestimenta y accesorios tradicionales | -Informes técnicos | La comunidad revalora y utiliza la vestimenta y accesorios tradicionales |
| PROPÓSITO Contar con un taller artesanal que elabore la vestimenta y accesorios de la cultura kichwa con fines de comercialización | Hasta finales del año 2014 la comunidad cuenta con un taller artesanal 100% equipado para su funcionamiento | -Informes técnicos -Taller artesanal -Lista de artesanos/as registrados/as | Los pobladores de la comunidad participan activamente en la implementación del taller artesanal |
| COMPONENTES | | | |
| 1. Diagnóstico participativo de las necesidades y requerimientos de la comunidad para la implementación del taller artesanal | El 1er trimestre del año 2012 se cuenta con un diagnóstico donde se establece las necesidades y requerimientos para la implementación del taller artesanal | -Documento diagnóstico de necesidades y requerimientos | La comunidad participa en la elaboración del diagnóstico para la identificación de las necesidades y requerimientos para la implementación del taller artesanal |

| | | | |
|--|--|---|---|
| 2.Implementación y equipamiento del taller artesanal | Para el mes de octubre del año 2014, el taller cuenta con un local fijo en la comunidad completamente equipado para la elaboración de vestimenta y artesanías propias de la cultura kichwa. | -Taller artesanal -Factura de compras -Equipos | La comunidad gestiona ante el Gobierno Provincial de Sucumbíos (GPS) y el Gobierno Municipal de Cascales (GMC) el financiamiento de los equipos que se requieren para implementar el taller artesanal |
| 3.Plan de gestión para el funcionamiento del taller | En el segundo semestre del año 2012 se cuenta con un plan de gestión completo para el funcionamiento del taller A finales del año 2013 el 75% de las/os artesanas/nos ha recibido talleres de capacitación para elaborar artesanías y vestimenta tradicional. | -Documento del plan de gestión -Lista de participantes Certificados | El taller cuenta con un plan de gestión para su funcionamiento y manejo económico. Los talleres de capacitación se ejecutan con la participación de los pobladores de la comunidad |
| ACTIVIDADES | PRESUPUESTO USD | | |
| C1.1. Realizar el diagnóstico participativo de las necesidades y requerimientos de la comunidad | 16,30 | | |
| C1.2. Identificar el sitio donde funcionara el taller artesanal | | | |
| C1.3. Determinar los artículos a elaborar para su promoción y comercialización | | | |
| C1.4. Socializar la información | 16,30 | | |
| C1.5. Trámitar legalmente el permiso de funcionamiento | 100,00 | | |
| C2.1. Selección de proformas para la adquisición de equipos y materiales | | | |
| C2.2. Adquisición de equipos y materiales | 5000,00 | | |
| C2.3. Gestión y entrega formal de las adquisiciones | 35,00 | | |
| C3.1. Estructurar el plan de gestión considerando: -Estructura orgánica y administrativa | 645,00 | | |

| | |
|--|---------|
| -Manejo operativo -Planificación de acciones a corto, mediano y largo plazo -Plan operativo anual | |
| C3.2. Establecer un programa de capacitaciones en elaboración de vestimenta y accesorios tradicionales de la cultura kichwa | 2850,00 |
| C3.3. Definir las temáticas a tratarse en los talleres de capacitación | |
| C3.4. Implementación de los talleres de capacitación | |
| C3.5. Seguimiento y evaluación | |

Cuadro N°23: Perfil del proyecto 3 del programa 1

| PERFIL DE PROYECTO 3: Recuperación y revalorización de las costumbres tradicionales mediante la organización de eventos donde se ponga en manifiesto la cultura popular | | | |
|--|---|--|--|
| Objetivo: Organizar eventos culturales que permitan revitalizar las costumbres tradicionales de la comunidad para su recuperación y revalorización | | | |
| Presupuesto aproximado: \$2532,60 | | | |
| Resumen narrativo de objetivos | Indicadores verificables objetivamente | Medios de verificación | Supuestos |
| FIN La comunidad recupera y valora las costumbres tradicionales de su pueblo | Hasta finales del 2012 al menos el 40% de la población de la comunidad recuperan y valoran tradiciones | -Informe sobre el desarrollo de las actividades culturales | La comunidad apoya y participa en el desarrollo de eventos culturales para la recuperación y valorización de las tradiciones |
| PROPOSITO Planificar y ejecutar eventos culturales que permitan el desarrollo de costumbres | Para el año 2012, la comunidad ha programado y ejecutado 2 eventos culturales donde se pone en manifiesto las tradiciones y | -Planificaciones - Registro fotográfico | La comunidad participa en la organización y ejecución de eventos culturales para exponer las costumbres |

| | | | |
|---|---|--|--|
| tradicionales de la comunidad | costumbres | | locales |
| COMPONENTES | | | |
| 1. Organización y ejecución de eventos culturales de acuerdo al calendario festivo de la comunidad | <p>A finales del mes de febrero del año 2012 la comunidad cuentan con un programa de eventos culturales planificado de acuerdo al calendario de festividades de la comunidad donde se integra a todos los habitantes de la localidad.</p> <p>Desde el mes de abril del año 2012 se desarrollan tres eventos culturales relacionados con:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Gastronomía -Artesanías -Actividades lúdicas (juegos populares) | <p>-Documento del programa de eventos</p> <p>-Eventos culturales</p> | <p>Participación de la comunidad en la elaboración del programa de eventos</p> <p>La comunidad colabora activamente en la ejecución de cada actividad establecida en el programa de eventos culturales</p> |
| ACTIVIDADES | PRESUPUESTO USD | | |
| C1.1.Identificar las fiestas de mayor representación según el calendario de festividades de la comunidad | 16,30 | | |
| C1.2.Definir las actividades a desarrollar en los eventos culturales | | | |
| C1.3.Identificar a los participantes | | | |
| C1.4.Determinar los espacios o sitios de desarrollo de los eventos culturales | | | |
| C1.5.Establecer los recursos económicos, humanos, técnicos y logísticos que se requieren para la organización de los eventos culturales | 16,30 | | |
| C1.6.Elaboración del programa de eventos culturales de acuerdo al calendario de festividades de la | | | |

| | |
|--|---------|
| comunidad | |
| C1.7. Socialización del programa de eventos culturales a través de talleres de concientización a los pobladores de la comunidad | |
| C1.8. Ejecución de las actividades del programa de eventos culturales como: -Febrero o Marzo: presentación de un grupo de danza y música kichwa -Abril: Festival de gastronomía tradicional y campeonato de juegos populares -Noviembre: recordando tiempos antiguos.-preparación de uchumanka | 2500,00 |
| C1.9. Seguimiento y evaluación | |

e. Presupuesto del programa

Cuadro N°24: Presupuesto para el programa 1

| PROYECTO | COSTO APROXIMADO (USD) |
|-----------------------------|------------------------|
| Proyecto 1 | 9.906,30 |
| Proyecto 2 | 11.643,10 |
| Proyecto 3 | 2.532,60 |
| TOTAL DE PRESUPUESTO | \$ 24.082,00 |

f. Tiempo de ejecución del programa

El tiempo de ejecución del programa es de 4 años.

g. Instituciones de financiamiento

- Ministerio de Cultura
- Ministerio de Educación
- MINTUR
- Municipio de Cascales
- Gobierno Provincial de Sucumbíos
- Casa de la Cultura núcleo Sucumbíos
- CORTUS
- CEFA
- FEPP

PROGRAMA 2

a. Nombre del programa

FOMENTO DEL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES ARTÍSTICO CULTURALES POR MEDIO DE ACCIONES QUE INTEGREN A LOS NIÑOS Y JÓVENES DE LA COMUNIDAD

b. Objetivo del programa

- Fomentar entre los niños y jóvenes el desarrollo de actividades artístico culturales como son la música, danza, pinturas decorativas permitiendo la difusión de las expresiones artísticas de su comunidad.

c. Justificación

El programa pretende integrar a niños y jóvenes en diferentes actividades artísticas donde se pueda fomentar la música y danza, expresiones que manifiestan sentimientos de alegría y tristeza de un pueblo y que a su vez van caracterizando la identidad cultural por lo que se propone iniciativas que contribuyan la difusión del arte para convertirse en un atractivo turístico de tipo cultural.

d. Proyectos

- 1) Formación de un grupo de música y danza integrada por niños y jóvenes para fomentar el arte popular.
- 2) Representación escénica de cuentos y leyendas a través del teatro para rescatar y compartir la tradición oral de la comunidad.
- 3) Investigación del significado de las pinturas de la cultura kichwa para su interpretación y enseñanza a las futuras generaciones.

Cuadro N°25: Perfil del proyecto 1 del programa 2

| PERFIL DE PROYECTO 1: Formación de un grupo de música y danza integrada por niños/as y jóvenes para fomentar el arte popular | | | |
|--|---|---|--|
| Objetivo: Creación de un grupo de música y danza integrada por niños y jóvenes de la comunidad para fortalecer las expresiones artístico culturales | | | |
| Presupuesto aproximado del proyecto: \$4414,30 | | | |
| Resumen narrativo de objetivos | Indicadores verificables objetivamente | Medios de Verificación | Supuestos |
| FIN La comunidad fortalece su identidad cultural a través del arte popular mediante la formación de un grupo de música y danza tradicional | Hasta finales del año 2012 el 50% de la comunidad fortalece su identidad cultural a través del arte popular | -Informes técnicos | La comunidad participa en el fortalecimiento de la identidad cultural a través del arte popular |
| PROPÓSITO Formar un grupo de música y danza tradicional integrada por niños/as y jóvenes de la comunidad | En el año 2012 la comunidad cuenta con un grupo de música y danza kichwa integrada por niños/as y jóvenes de la localidad | -Lista de integrantes del grupo | Participación activa de niños/as y jóvenes de la comunidad en la convocatoria a la formación del grupo de música y danza |
| COMPONENTES | | | |
| 1. Investigación sobre la música y danza kichwa del oriente | A finales del 1er semestre del 2012 se cuenta con un documento sobre la investigación de música y danza kichwa | -Documento de investigación | La comunidad colabora en la investigación sobre la música y danza |
| 2. Selección de niños/as y jóvenes para la conformación del grupo de música y danza de la comunidad | A finales del 3er trimestre del año 2012 se consolida un grupo de música y danza integrada por personas de la localidad | -Grupo de música y danza -Lista de integrantes | Participación de los niños/as y jóvenes en la conformación del grupo de música y danza |

| | | | |
|--|---|----------------------------------|--|
| 3. Talleres de música y danza | Durante el año 2012 se desarrollan 4 talleres trimestrales para capacitar en técnicas de danza y música a los integrantes del grupo | -Talleres Lista de participantes | Asistencia permanente de los integrantes del grupo de música y danza |
| ACTIVIDADES | | | PRESUPUESTO USD |
| C1.1. Investigar sobre la música y danza kichwa | | | 140,00 |
| C1.2. Elaborar un informe con los resultados obtenidos de la investigación | | | 30,00 |
| C2.1. Socializar el documento de investigación en música y danza | | | 16,30 |
| C2.2. Establecer un mecanismo de selección para los integrantes del grupo de música y danza | | | |
| C2.3 Conformación del grupo de música y danza | | | |
| C2.4 Elaboración de un reglamento de funcionamiento interno | | | |
| C3.1. Realizar talleres de música y danza que traten temas como: -Utilización de instrumentos tradicionales -Interpretación de melodías propias de la cultura. - Danza - Expresión corporal e interpretación de indumentaria, coreografía y escenografía | | | 2728,00 |
| C3.2. Adquisición de vestimenta y accesorios para el grupo | | | 1500,00 |
| C3.2. Seguimiento y evaluación | | | |

Cuadro N°26: Perfil del proyecto 2 del programa 2

| PERFIL DE PROYECTO 2: Representación escénica de cuentos y leyendas a través del teatro para rescatar y compartir la tradición oral de la comunidad | | | |
|--|---|---------------------------------|---|
| Objetivo: Rescatar la identidad cultural mediante el teatro para fortalecer el idioma y recuperar los cuentos y leyendas de la comunidad | | | |
| Presupuesto aproximado del proyecto: \$5.707,19 | | | |
| Resumen narrativo de objetivos | Indicadores verificables objetivamente | Medios de verificación | Supuestos |
| FIN La comunidad recupera los cuentos y leyendas a través del teatro para la difusión de la tradición oral | En el 2do. trimestre del 2013 el 50% de las personas de la comunidad se interesan en la recuperación y transmisión generacional de la tradición oral relacionada con los cuentos y leyendas a través del teatro | -Informes técnicos | La comunidad coopera en la recuperación de la tradición oral demostrando interés en la propuesta de representación escénica de cuentos y leyendas |
| PROPÓSITO Crear una obra de teatro en idioma kichwa y español que relate los cuentos y leyendas de la comunidad para rescatar la tradición oral | En el mes de abril del año 2013 se pone en escena una obra de teatro con la que se pretende difundir los cuentos y leyendas. | -Lista de integrantes del grupo | Participación activa de los pobladores locales en la escenificación de los personajes de los cuentos y leyendas para armar y estrenar la obra de teatro |
| COMPONENTES | | | |
| 1. Investigación sobre cuentos y leyendas de la comunidad | En el 1er trimestre del año 2012 se cuenta con un documento con la recopilación de los cuentos y leyendas de la comunidad | -Documento de investigación | La comunidad colabora en la investigación y recopilación de cuentos y leyendas de la comunidad |

| | | | |
|--|--|---|---|
| 2.Redacción de un guión que interprete un cuento y una leyenda de la comunidad | <p>A finales del 1er semestre del año 2012 se tiene el 100% del guión de la obra</p> <p>Todo el 2do semestre del 2012 se desarrollan 2 talleres mensuales de teatro para la preparación de la obra</p> | <p>-Guión</p> <p>-Registro de participantes</p> <p>-Talleres</p> <p>-Certificados</p> | <p>La comunidad cuenta con el apoyo de técnicos en ciencias del arte, comunicación social y teatro para preparar el guión y montaje de la obra.</p> <p>La comunidad gestiona el financiamiento ante las instituciones públicas y privadas para la puesta en escena de la obra de teatro</p> <p>Los participantes en la obra de teatro asisten regularmente a los ensayos.</p> |
| 3. Presentación de la obra teatral | El 15 de abril del año 2013 la comunidad estrena una obra de teatro relacionada con su tradición oral. | <p>- Fotografías</p> <p>-Video de la presentación</p> | Asistencia de la comunidad e invitados a la presentación de la obra de teatro |
| ACTIVIDADES | | | PRESUPUESTO USD |
| C1.1.Investigar sobre los cuentos y leyendas de la comunidad | | | 140,00 |
| C1.2.Elaborar un informe con los resultados obtenidos de la investigación | | | 30,00 |
| C2.1.Socializar la investigación y exponer la iniciativa de interpretar un cuento o leyenda para recuperar y compartir la tradición oral así como fortalecer el idioma | | | 16,30 |
| C2.2.Redactar un guión sobre la tradición oral (cuento y leyenda) | | | 645,00 |
| C2.3.Seleccionar a los actores y actrices que interpretarán los personajes de la obra | | | |
| C2.4. Realizar talleres de teatro para los actores y actrices | | | 2875,89 |
| C2.5. Ensayos de la obra con el grupo seleccionado | | | |

| | |
|---|-------------------|
| C2.6. Elaborar un presupuesto que considere: -Recurso humano -Logística -Equipos -Escenario -Vestuario -Alimentación | 1500,00 500,00 |
| C2.7. Adquisición de los elementos para la presentación de la obra | |
| C3.1. Presentar la obra | |
| C3.2. Evaluación | |

Cuadro N°27: Perfil del proyecto 3 del programa 2

| PERFIL DE PROYECTO 3: Investigación del significado de las pinturas de la cultura kichwa para su interpretación y enseñanza a las futuras generaciones | | | |
|--|---|--|--|
| Objetivo: investigar el significado de las pinturas decorativas de la cultura kichwa para su conservación y posterior difusión | | | |
| Presupuesto aproximado del proyecto: \$9709,09 | | | |
| Resumen narrativo de objetivos | Indicadores verificables objetivamente | Medios de verificación | Supuestos |
| FIN La comunidad conoce el significado de las pinturas decorativas a través de la investigación de la iconología y semiótica precolombina y su influencia en la cultura kichwa para su conservación y difusión | A finales del 2do trimestre del año 2013 el 75% de la comunidad conoce el significado de las pinturas decorativas | -Informes técnicos | La comunidad colabora en la investigación de la iconología y semiótica de la cultura kichwa |
| PROPÓSITO Contar con un documento escrito sobre la investigación de la iconología y semiótica de la cultura kichwa del oriente para su interpretación y enseñanza a las futuras generaciones | En el año 2013 la comunidad cuenta con un documento original y una copia en digital de la investigación sobre iconología y semiótica de la cultura kichwa | -Documento de la investigación -Fotografías | El equipo técnico de la investigación está conformado por tesistas, miembros de la comunidad y personal calificado del Ministerio de Cultura y/o Instituto |

| | | | |
|--|--|---|---|
| | | | Nacional de Patrimonio Cultural (INPC) |
| COMPONENTES | | | |
| 1. Investigación de la iconología y semiótica del diseño precolombino con enfoque en la cultura kichwa del oriente | Durante los 2 primeros trimestres del año 2012 se investiga el 100% de la iconología y semiótica de la cultura Kichwa y se organiza la información para la publicación | - Informes técnicos - Borrador del 1er documento | La comunidad gestiona los recursos económicos para la investigación del tema |
| 2. Elaboración de un documento que contenga la investigación | El 3er trimestre del año 2012 se cuenta con el 100% del documento de la investigación para su publicación | - Documento final de la investigación | El equipo técnico encargado de la investigación, demuestra responsabilidad y puntualidad en la elaboración del documento de investigación |
| 3. Publicación de la investigación | En el 1er trimestre del 2013 se publica 2000 ejemplares del documento de investigación | - Ejemplares de la publicación - Actas de entrega - Recepción de los ejemplares | La comunidad cuenta con los recursos económicos para realizar las publicaciones. |
| ACTIVIDADES | PRESUPUESTO USD | | |
| C1.1. Investigar la iconología y semiótica precolombina y la influencia en la cultura kichwa del oriente | 3879,59 | | |
| C2.1. Elaborar un documento sobre la | | | |

| | |
|--|---------|
| investigación realizada | 150,00 |
| C3.1. Diseñar la presentación de la publicación de la investigación | 560,00 |
| C3.2. Socialzar el documento de la publicación en la comunidad | 140,00 |
| C3.3. Publicar el documento de la investigación | 4979,50 |
| C4.2. Evaluación | |

e. Presupuesto del programa

Cuadro N°28: Presupuesto del programa 2

| PROYECTO | COSTO APROXIMADO (USD) |
|-----------------------------|------------------------|
| Proyecto 1 | 4.414,30 |
| Proyecto 2 | 5.707,19 |
| Proyecto 3 | 9.709,09 |
| TOTAL DE PRESUPUESTO | \$19.830,58 |

f. Tiempo de ejecución del programa

El tiempo de ejecución del programa 2 es de 2 años.

g. Instituciones de financiamiento

- Ministerio de Cultura
- Ministerio de Patrimonio Cultural
- MINTUR
- Municipio de Cascales
- Gobierno Provincial de Sucumbíos
- Casa de la Cultura núcleo Sucumbíos
- CORTUS
- CEFA
- FEPP

D. Diseño Técnico DE un producto turístico comunitario

1. Estudio de mercado

a. Determinar la demanda

1) Segmento de mercado

El producto turístico comunitario está dirigido a dos segmentos de mercado: el primero son los estudiantes de educación básica y de bachillerato de la ciudad de Lago Agrio, debido a que en este cantón se encuentra el mayor número de estudiantes de la provincia quienes visitan la comunidad frecuentemente existiendo probabilidades de mercado. El segundo segmento son los turistas extranjeros de USA, Inglaterra, Alemania, Holanda y Canadá que arriban al Ecuador y que tienen como preferencia visitar el oriente para disfrutar de las actividades que propone el turismo comunitario.

2) Universo de estudio y muestra

a) Turistas Extranjeros: según el Departamento de Planificación y Estadística del MINTUR en el año 2009 visitaron el Ecuador 970.086 turistas extranjeros que arribaron en la ciudad de Quito, desde allí los turistas se desplazan a los diferentes destinos turísticos del país siendo uno de estos la Reserva de Producción Faunística Cuyabeno. De acuerdo al Distrito Regional Sucumbíos Orellana del Ministerio de Ambiente durante el año 2009, esta reserva acogió a 6396 personas correspondiendo este al universo de estudio.

Como punto de referencia se tomó a la ciudad de Quito debido a que las agencias de viajes, operadoras turísticas y otros prestadores de servicios ofertan paquetes atractivos que los turistas

compraron desde su país de origen y otros lo adquieren al llegar al Ecuador, siendo Quito el centro de operaciones donde se coordina las actividades que los turistas realizarán durante su estadía motivo por el cual la aplicación de la encuesta se la realizó en esta ciudad. (Anexo 02)

i. Cálculo de la muestra

$$n = \frac{6396 * 0,25}{(6396-1)(0.08/1.75)^2 + 0,25}$$

$$n = \frac{1599}{13,614244897959}$$

$$n=117,5$$

| |
|--|
| n= 118 encuestas a turistas extranjeros |
|--|

b) Estudiantes de educación básica y bachillerato de la ciudad de Lago Agrio:

De acuerdo a la Dirección Provincial de Educación y Cultura Hispana de Sucumbíos, en el período 2010 – 2011, existen 20039 estudiantes de educación básica y 3148 en bachillerato, tanto en escuelas y colegios fiscales como en particulares dando un total de 23187. Se consideró a este grupo porque son los estudiantes los que visitan con mayor frecuencia el centro de turismo comunitario Shayari,

razón por la cual se pretende incrementar la acogida del producto en este segmento de mercado.
(Anexo 03)

i. Cálculo de la muestra

$$n = \frac{23187 * 0,25}{(3387-1)(0,08/1,75)^2 + 0,25}$$

$$n = \frac{5796,75}{48,704008163265}$$

| |
|---------------------------------------|
| n= 119 encuestas a estudiantes |
|---------------------------------------|

- **Educación básica (86%) = 102 encuestas a aplicar**
- **Bachillerato (14%) = 17 encuestas a aplicar**

3) Tabulación de datos de la aplicación de la encuesta y análisis de la información

a) Turistas Extranjeros

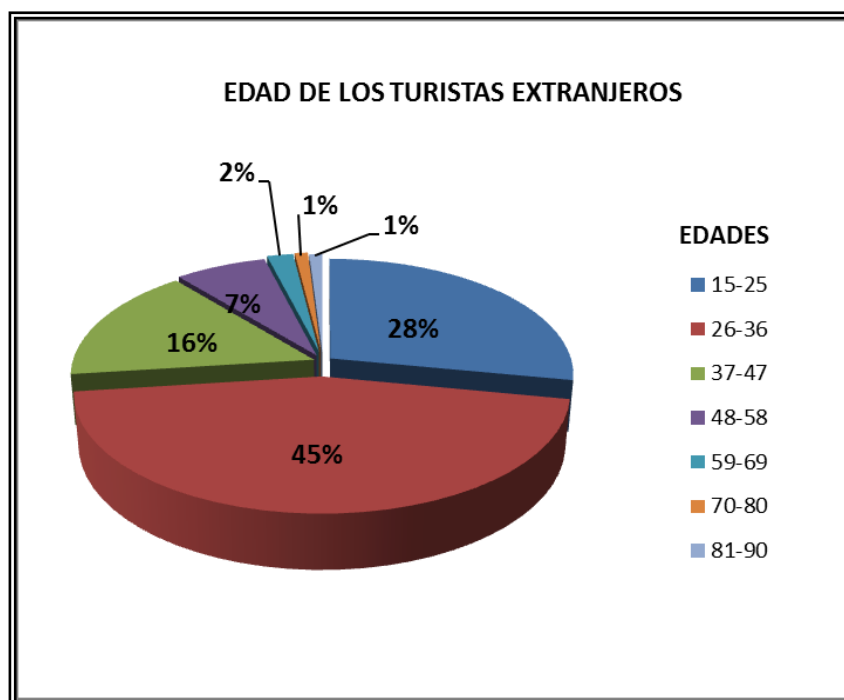


Gráfico N°05: Edad de turistas extranjeros

El 45% de la demanda tienen un rango de edad de 26 a 36 años, seguido del 28% que oscilan entre 15 a 25 años de edad. El 16% corresponde a edades entre 37 a 47 años. En menor porcentaje se encuentran turistas de 48 a 58 años (7%).

Al conocer la edad de los turistas, permite la planificación de actividades recreativas que tendrán cierto grado de dificultad dependiendo del ámbito donde se desarrollen.

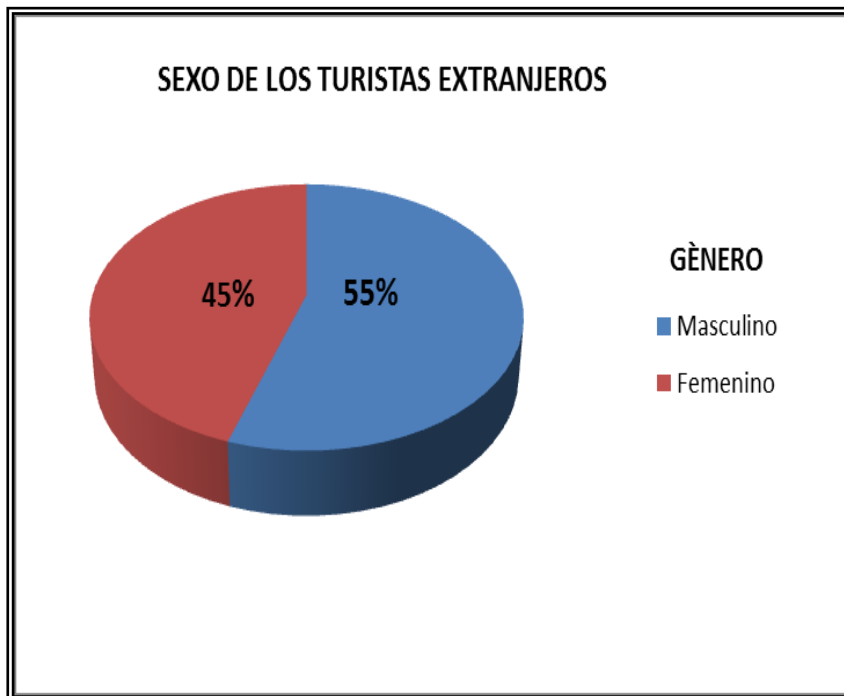


Gráfico N°06: Sexo de los turistas extranjeros

De los turistas extranjeros que visitan el Ecuador el 55% son de género masculino y el 45% femenino, existe una diferencia mínima entre ambos géneros.

Esta información orienta a diseñar productos para hombres y mujeres que tienen diferentes necesidades y preferencias.

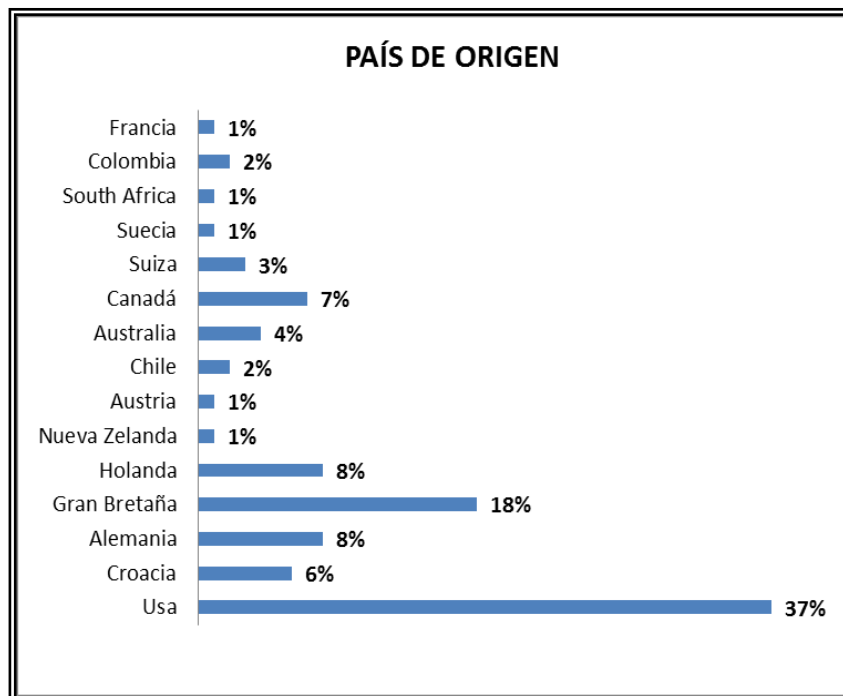


Gráfico N°07: País de origen

En su mayoría, 37% provienen de USA, de Gran Bretaña son el 18%. De Alemania y Holanda llega un 8%. El 7% corresponde a Canadá y el 6% son de Croacia. En mínimo porcentaje llegan de Francia, Australia, Suecia, Australia, Suiza, Nueva Zelanda, Chile, Colombia entre otros.

Según el lugar de procedencia las costumbres varían por lo que el producto debe ajustarse a lo que requiera la demanda.

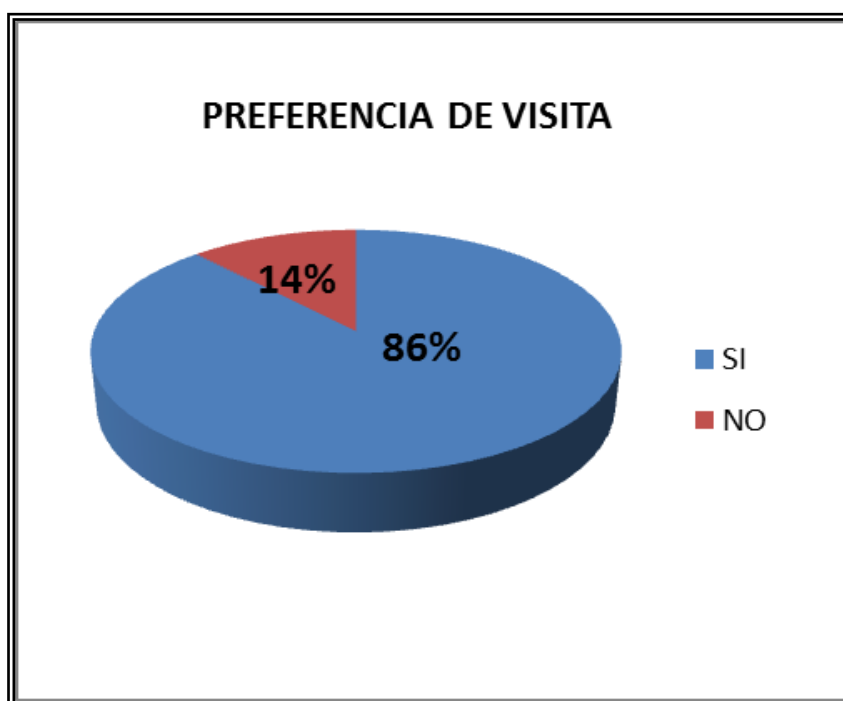


Gráfico N°08: Preferencia de visita

El 86% de la demanda están dispuestos a conocer una comunidad kichwa del oriente y tan solo el 14% no lo haría.

El porcentaje de aceptación es favorable lo que significa que existe un mercado que si está dispuesto a adquirir productos de carácter comunitario.

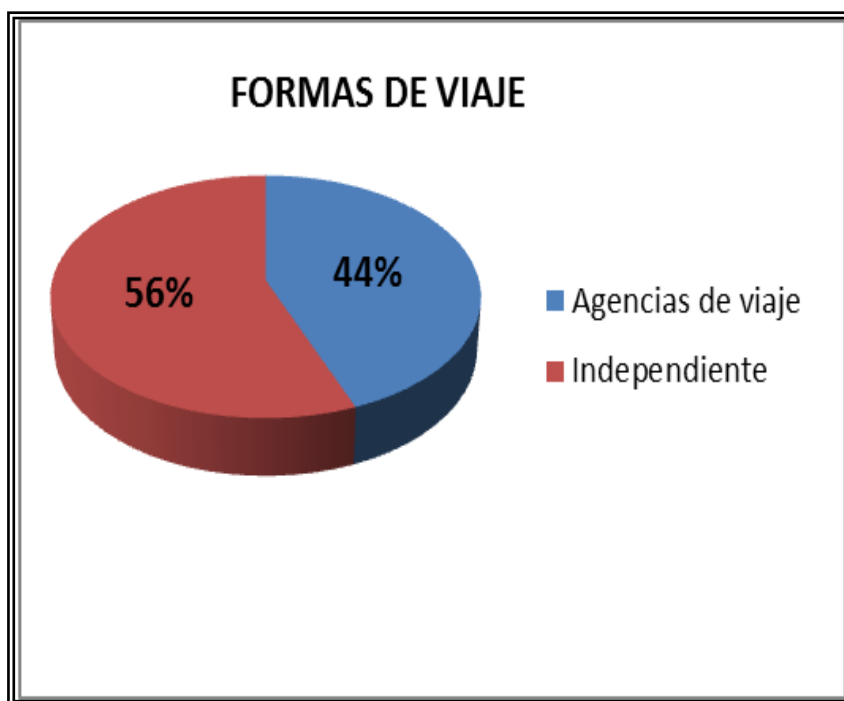


Gráfico N°09: Formas de viaje de los turistas

El 56% de los turistas potenciales prefiere viajar de manera independiente y el 44% contrata los servicios de una agencia de viajes.

Esta información demuestra que el producto debe ser ofertado y comercializado en mayor porcentaje a través de medios donde el turista pueda adquirir de manera independiente el producto.

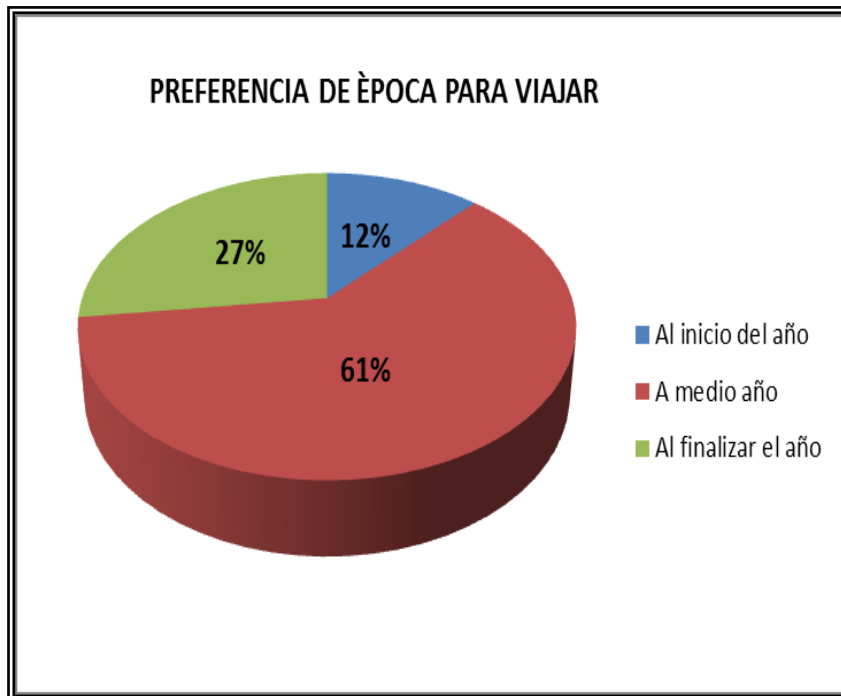


Gráfico N°10: Preferencia de época para viajar

Los turistas en un 61% prefieren viajar a medio año, el 27% opta por salir al final de año y el 12% eligen viajar al inicio de cada año.

En el análisis se puede notar que la mejor época donde se tiene mayor flujo turístico es a partir del mes de junio por lo que es importante ejecutar estrategias de marketing desde el inicio de cada año.

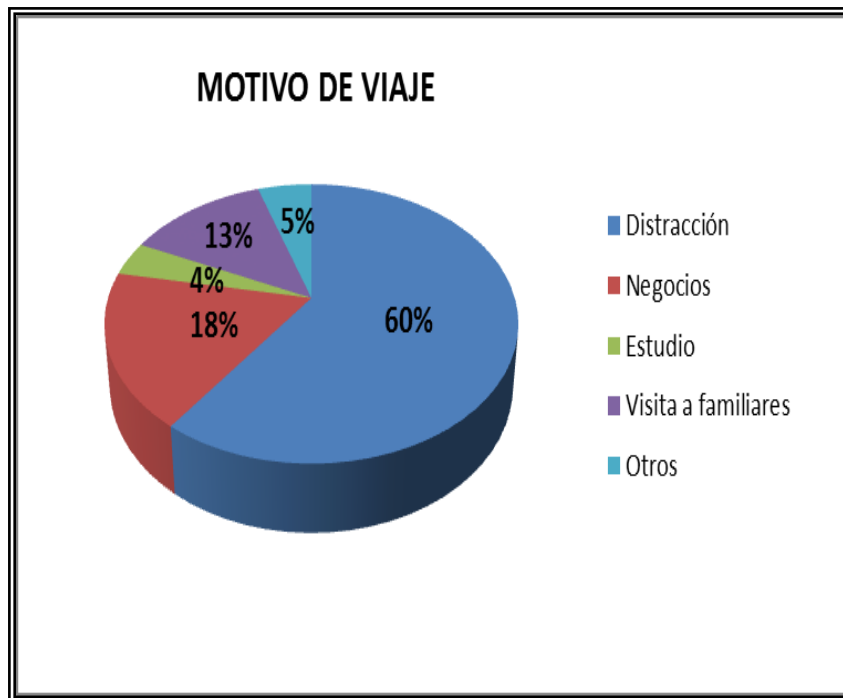


Gráfico N°11: Motivo de viaje de viaje de los turistas extranjeros

El 60% de la demanda viaja por distracción; por negocio el 18%. Otro de los motivos de viaje es para visitar familiares en un 13% y en menor porcentaje viajan por estudio, aventura y otros.

El producto debe ofertar actividades recreativas que permitan el esparcimiento de la demanda.

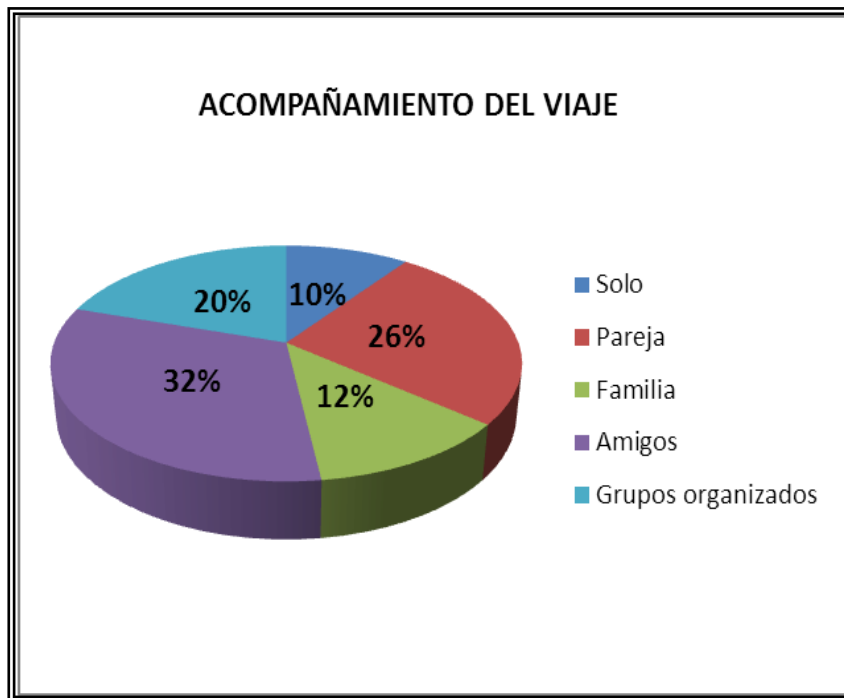


Gráfico N°12: Preferencia de acompañamiento en el viaje

Generalmente los turistas en un 32% viajan en compañía de amigos, el 26% sale en pareja, pero el 20% prefiere viajar con grupos organizados. El 10% usualmente viaja con su familia.

La estructura de costos del producto debe ir de acuerdo al número de pax.

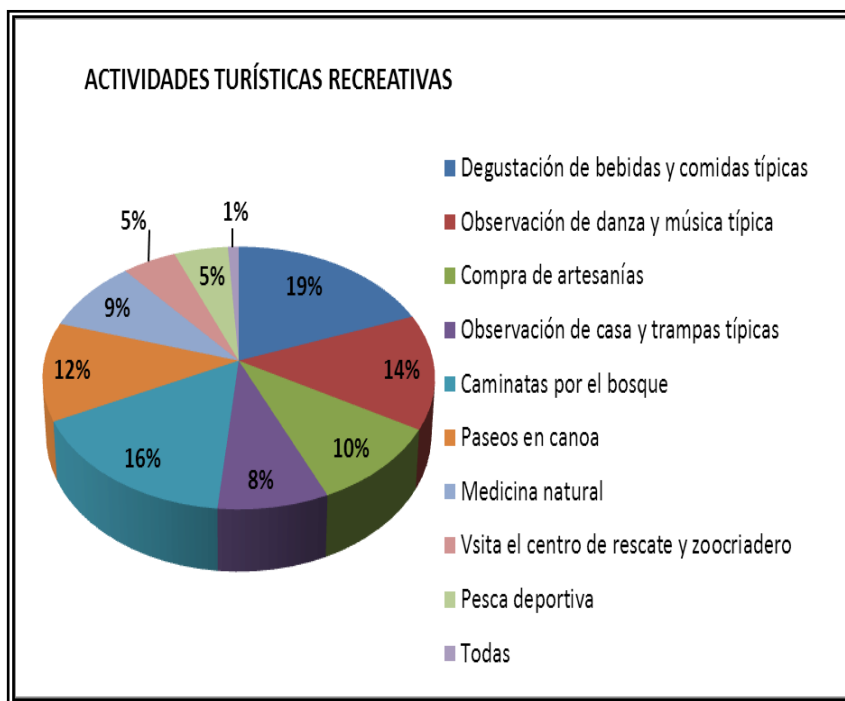


Gráfico N°13: Actividades turísticas recreativas

La degustación de bebidas y comidas típicas está representada por un 19%. Las caminatas por el bosque tienen una preferencia del 16%. La apreciación de danza y música típica tiene un 14% de aceptación. El 12% gustaría de paseos en canoa. Un porcentaje minoritario realizaría observación de casa y trampas típicas, medicina natural, visita al centro de rescate y zoológico, pesca deportiva.

Al momento de planificar las actividades se considerarán las de mayor acogida por la demanda.

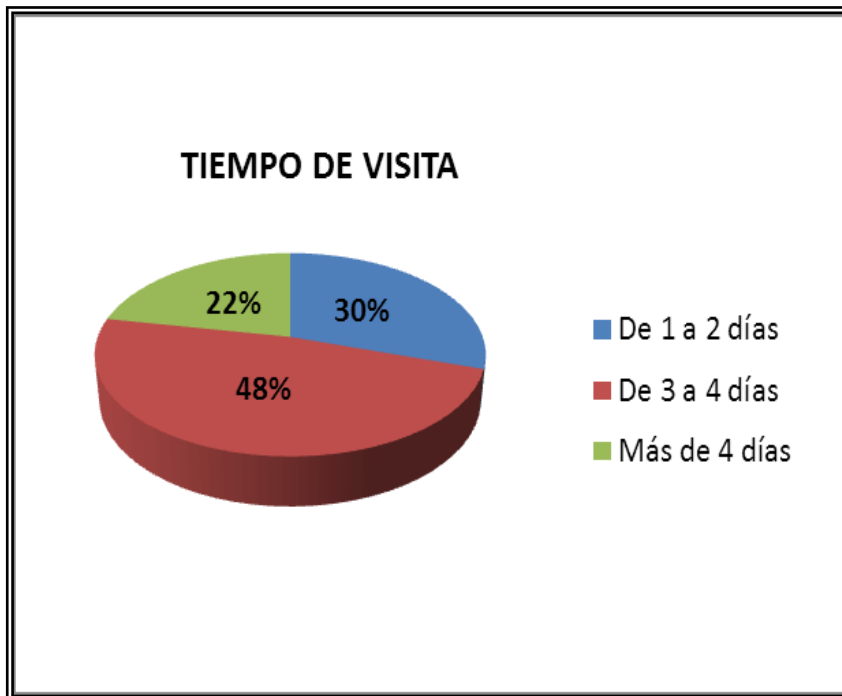


Gráfico N°14: Tiempo de visita de los turistas extranjeros

El 48% de extranjeros está dispuesto a permanecer en este sitio de 3 a 4 días. Mientras que el 30% lo haría de 1 a 2 días. Un porcentaje considerable del 22% le agradaría tener un tiempo de visita de más de 4 días en una comunidad kichwa.

El tiempo de permanencia indica la duración del tour que debe tener cada producto.

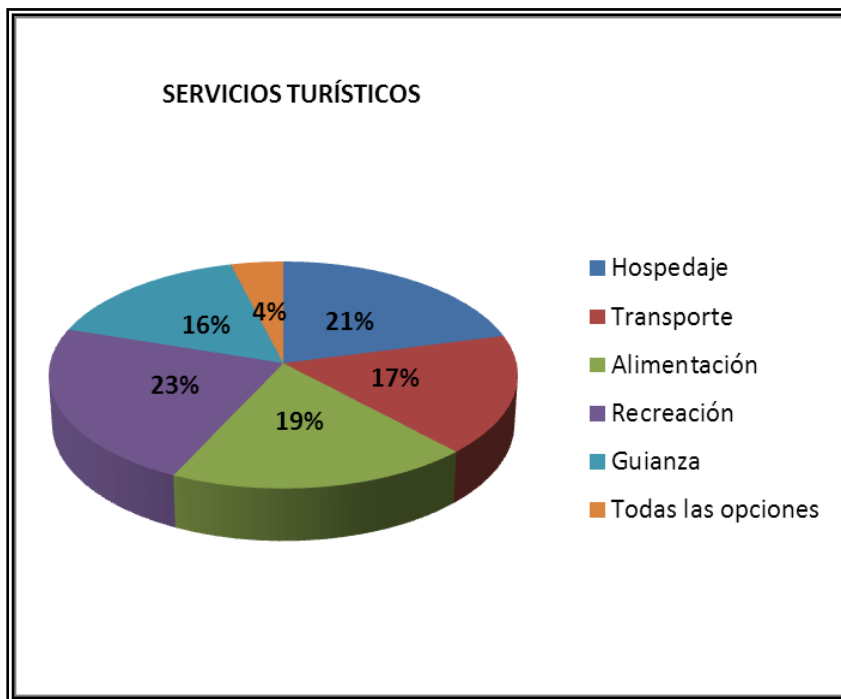


Gráfico N°15: Servicios turísticos a ofrecer

Uno de los motivos de viaje de los turistas es por distracción por lo que el 23% tienen preferencia por los servicios de recreación, seguido por el hospedaje en un 21%. El 19% desearía la alimentación, el transporte cubre el 17%. El servicio de guianza requiere el 16% de los encuestados y el 4% les gustaría contar con todos los servicios.

Se puede distinguir que entre las diferentes opciones no existe mayor diferencia. El producto debe contener los servicios que la demanda requiere.

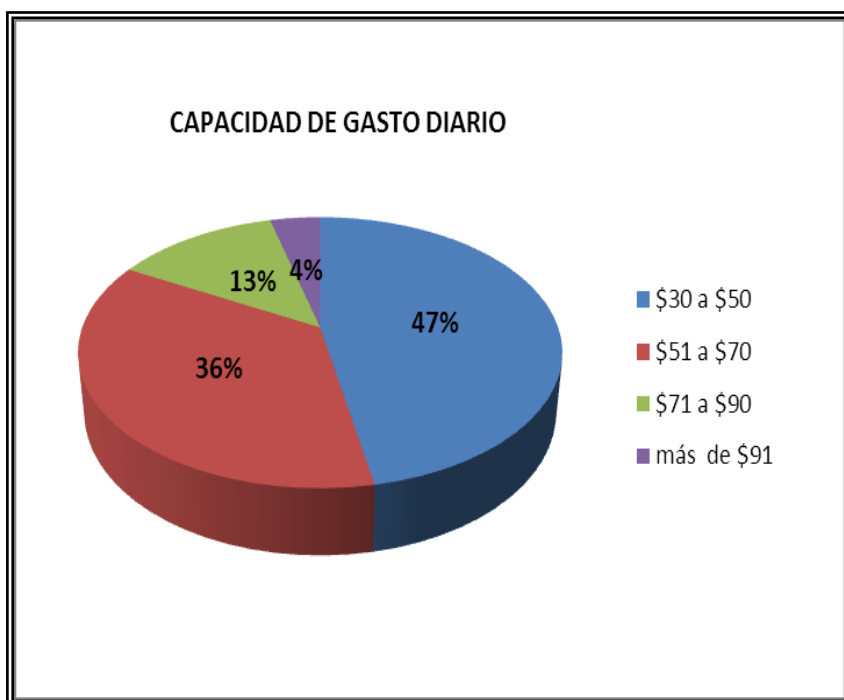


Gráfico N°16: Capacidad de gasto diario

El 47% de los turistas están dispuestos a gastar diariamente entre \$30 a \$50 dólares diarios por los servicios de: alimentación, guianza, transporte, alojamiento y recreación. Mientras que el 36% gastaría de \$51 a \$70 dólares diarios. De \$71 a \$90 dólares lo haría el 13% y el 4% pagaría más de \$91 dólares por todos los servicios.

El precio del producto debe ir acorde a la capacidad de pago de la demanda.

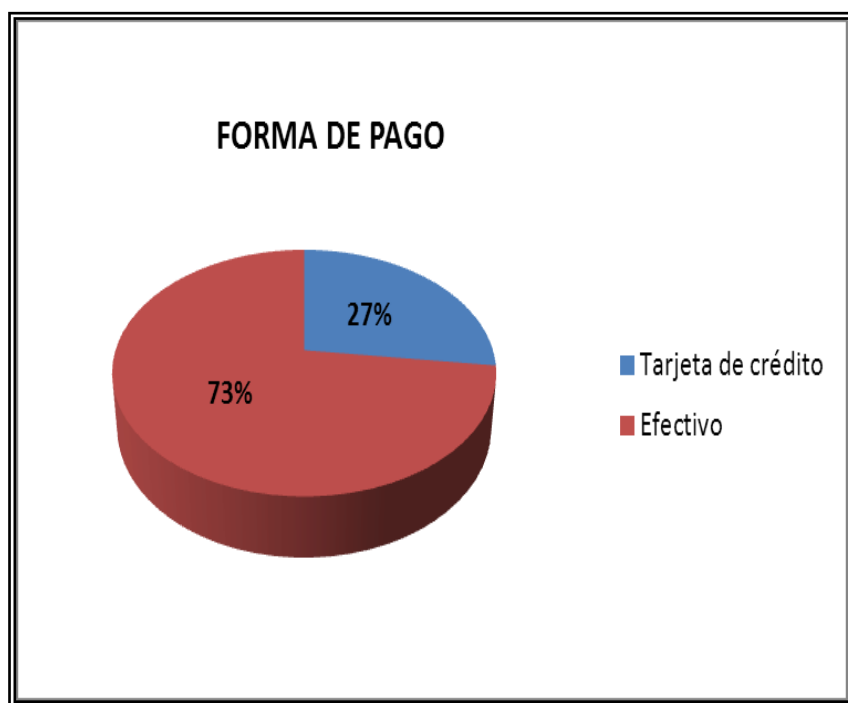


Gráfico N°17: Forma de pago

El 73% prefiere hacer un pago en efectivo por la prestación de servicios, mientras que el 27% se siente más cómodo cancelando su consumo con tarjeta de crédito como son mastercad, visa entre otras.

El estudio refleja que la demanda prefiere realizar los pagos en efectivo al momento que este llega al establecimiento.

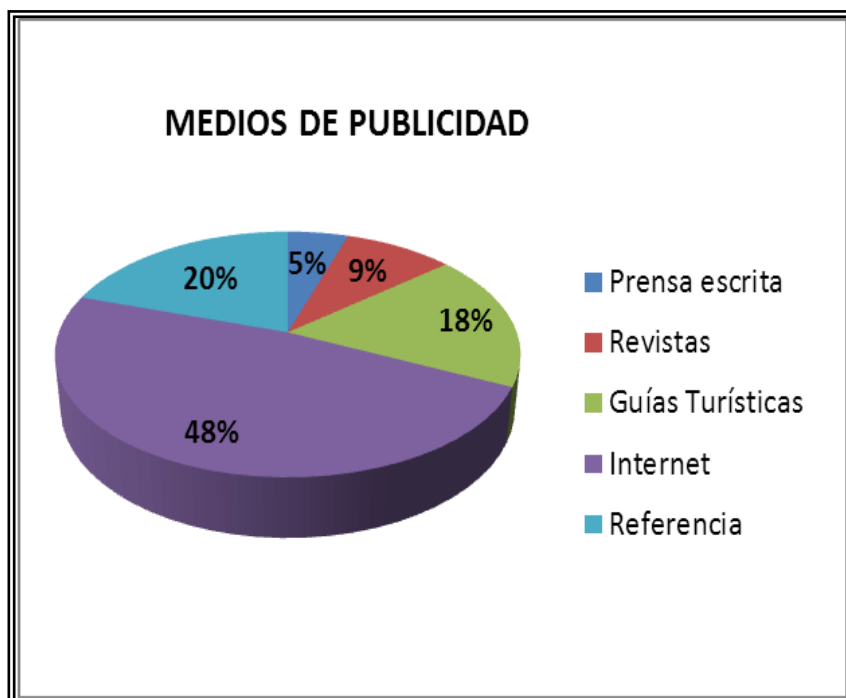


Gráfico N°18: Medios de publicidad

El de información de mayor demanda es el internet (48%), es importante considerar el 20% que corresponde a referencia, puesto que en muchos casos los turistas extranjeros visitan ciertos lugares por recomendaciones de amigos. El 18% utiliza las guías turísticas para informarse de sitios. El 9% se informa a través de revistas y el 5% lee el periódico. La promoción y comercialización del producto debe realizarse en los medios de mayor acogida por la demanda.

i. Perfil del Turista extranjero

Al Ecuador llegan turistas extranjeros de 15 a 36 años de edad en su mayoría son de género masculino, procedentes de USA (37%), Reino Unido (18%), Alemania (8%), Holanda (8%) y Canadá (7%). Viajan independientemente (56%) y otros a través de agencias de viajes. La época en la que suelen viajar los turistas extranjeros/as es a medio año motivados/as por la necesidad de distraerse (60%), por negocios (18%) o por visitar a familiares (13%). Usualmente viajan acompañados y el 86% de los turistas les gustaría visitar una comunidad kichwa de la amazonia; entre las actividades que les

agradaría realizar están: degustación de comidas y bebidas típicas (19%) caminatas por el bosque (16%), observación de danza y música típica (14%), paseos en canoa (12%), compra de artesanías y medicina natural (10%). El 48% de los extranjeros/as prefiere un tiempo de visita a la comunidad de 3 a 4 días y tienen un favoritismo de servicio en actividades de recreación, alimentación, transporte, hospedaje y guianza; por estos estarían dispuestos a pagar en efectivo de 30 a 50 dólares diarios. El turista extranjero/a, usualmente utiliza el internet (48%), guías turísticas (18%), revistas (9%), prensa escrita (5%) como medios de información turísticas y el 20% deciden visitar en lugar por referencias de amigos.

b) Estudiantes de educación básica y de bachillerato

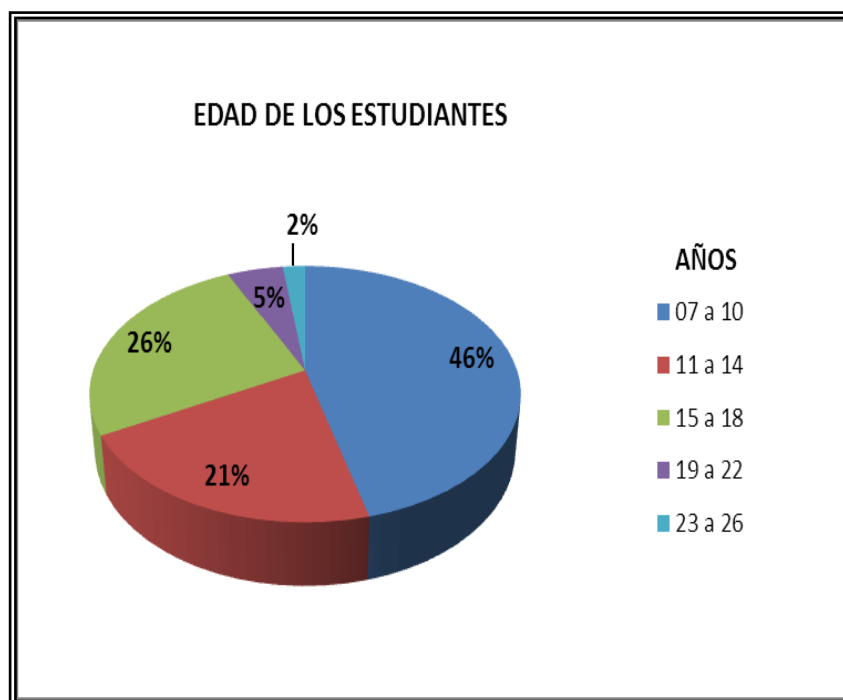


Gráfico N°19: Edad de los estudiantes

El 46% de los estudiantes está en la edad de 7 a 10 años. El 26% comprenden las edades de 15 a 18 años. De 11 a 14 años corresponde al 21%. Un 5% tiene de 19 a 22 años y tan solo el 2% son de 23 a años. De acuerdo a la edad el producto enfoca las actividades recreativas a desarrollarse durante el tour.

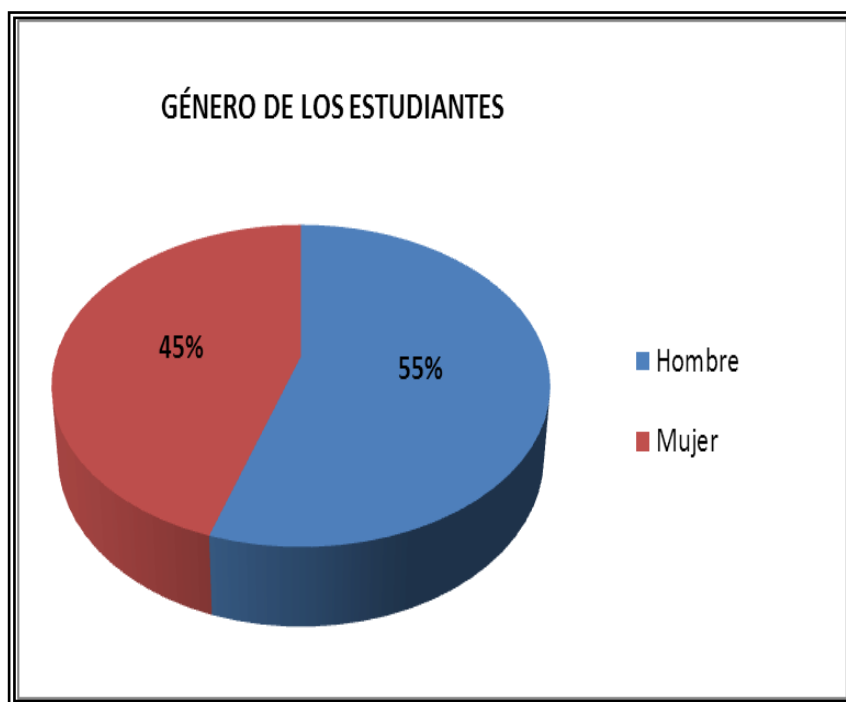


Gráfico N°20: Género de los estudiantes

El 55% de los estudiantes son de género masculino y el 45% son mujeres, no existe una marcada diferencia de género.

Los gustos y preferencias entre hombres y mujeres no son las mismas, por tal razón las actividades deben estar enfocadas de acuerdo a este punto para lograr un equilibrio entre ambos géneros y de esta manera cumplir con la expectativa de la demanda.

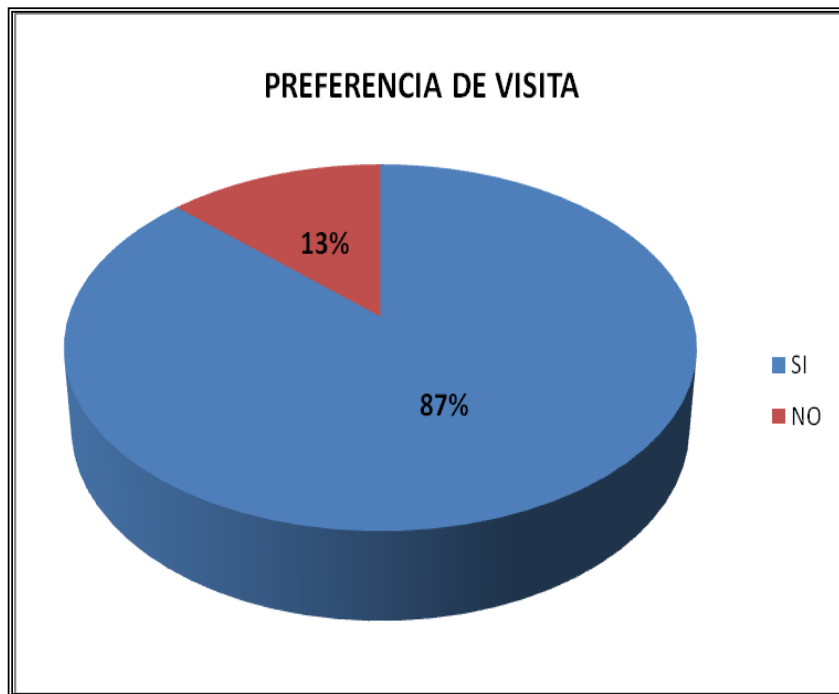


Gráfico N°21: Preferencia de visita de los estudiantes

Al 87% de los estudiantes le agradaría visitar una comunidad kichwa y el 13% no muestra interés de visita.

El porcentaje de aceptación es positivo lo que indica que la demanda si tiene interés en adquirir un producto turístico comunitario.



Gráfico N°22: Actividades recreativas

La diferencia de porcentaje entre cada actividad a realizar es mínima. El 18% prefiere caminatas por el bosque, paseos en canoa el 16%; pesca deportiva lo haría el 15%. La observación de danza y música típica corresponde al 11%. El 10% compraría artesanías y degustaría comidas y bebidas típicas. El 7% visitaría el centro de rescate y zoológico, además de observar trampas y casa típica y el 6% tiene una ligera inclinación por la medicina natural.

Se puede decir que todas las actividades propuestas son de interés. Las actividades recreativas que debe conformar el producto deben estar de acuerdo a la preferencia de la demanda.

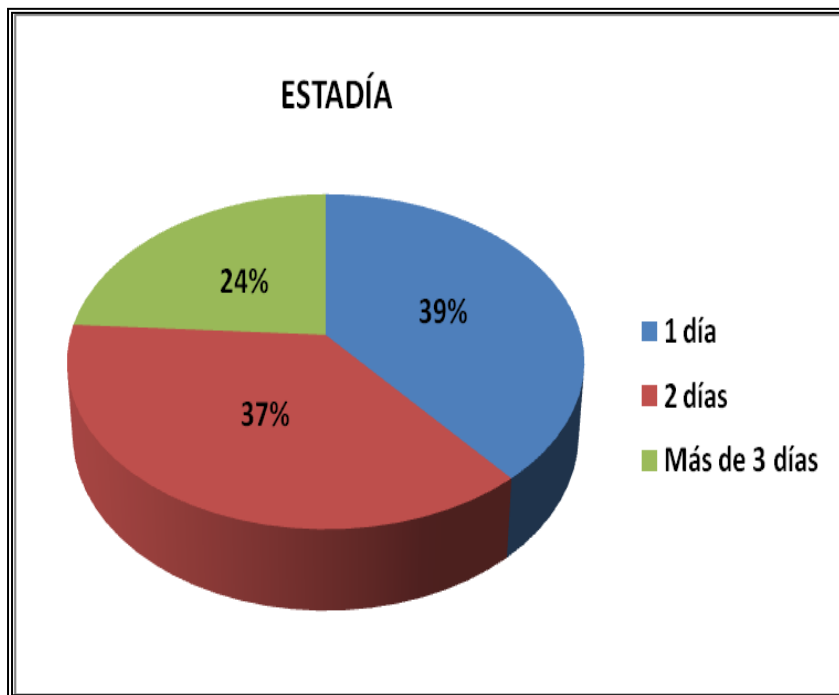


Gráfico N°23: Tiempo de estadía de los estudiantes

Los estudiantes prefieren estar en la comunidad 1 día (39%), pero al 37% les agradaría permanecer 2 días y el 24% visitaría la comunidad más de 3 días.

La duración del tour del producto debe ir de acuerdo al tiempo de permanencia de la demanda.

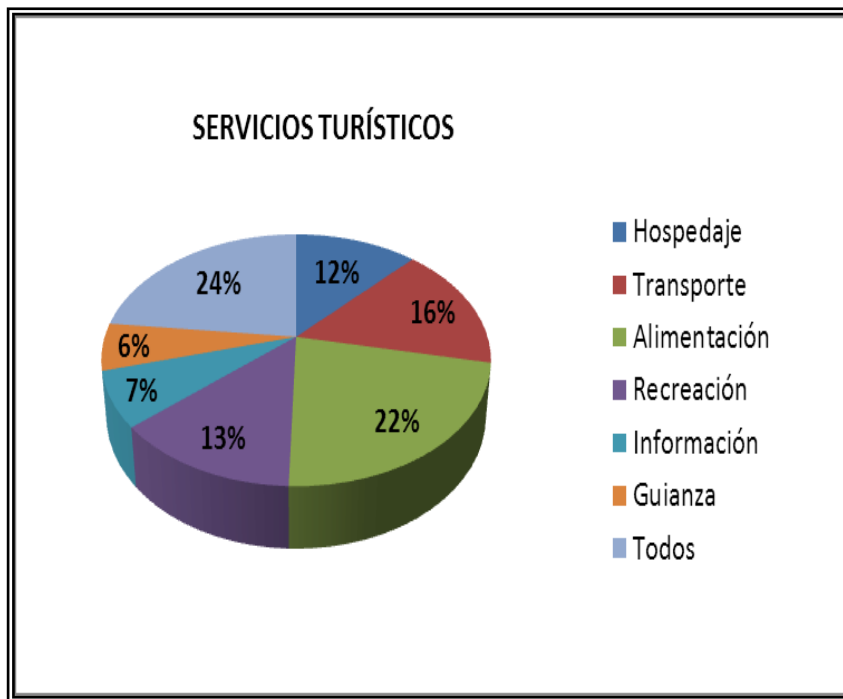


Gráfico N°24: Servicios turísticos

En cuanto a los servicios turísticos al 23% le gustaría que le ofrezcan todos los servicios. El 22% desearía la alimentación, el 16% requieren de la facilidad de transportación. Un 13% desea actividades de recreación. Al 12% le gustaría hospedarse y el 7% necesita información y el 6% servicio de guianza.

El producto debe contener los servicios turísticos que requiere la demanda.

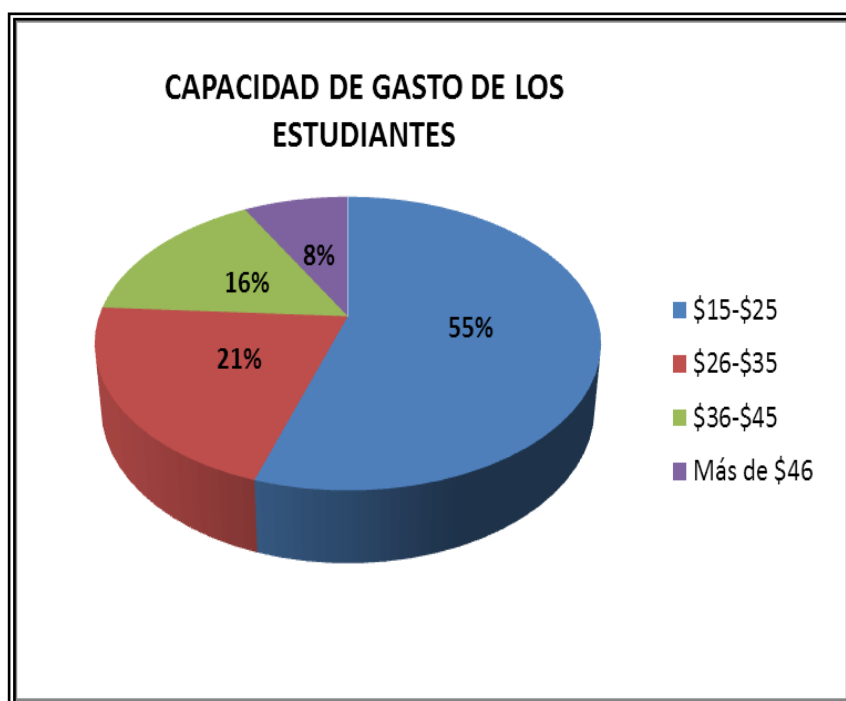


Gráfico N°25: Capacidad de pago

Los estudiantes en un 55%, consideran que sus padres podrían pagar por un programa turístico de \$10 a \$20 dólares diarios. El 21% pagaría de \$21 a \$30 dólares. Un 16% gastaría de \$31 a \$40 dólares y el 8% está dispuesto a gastar más de \$41 dólares diarios.

El precio del producto lo establecerá la capacidad de pago de la demanda.

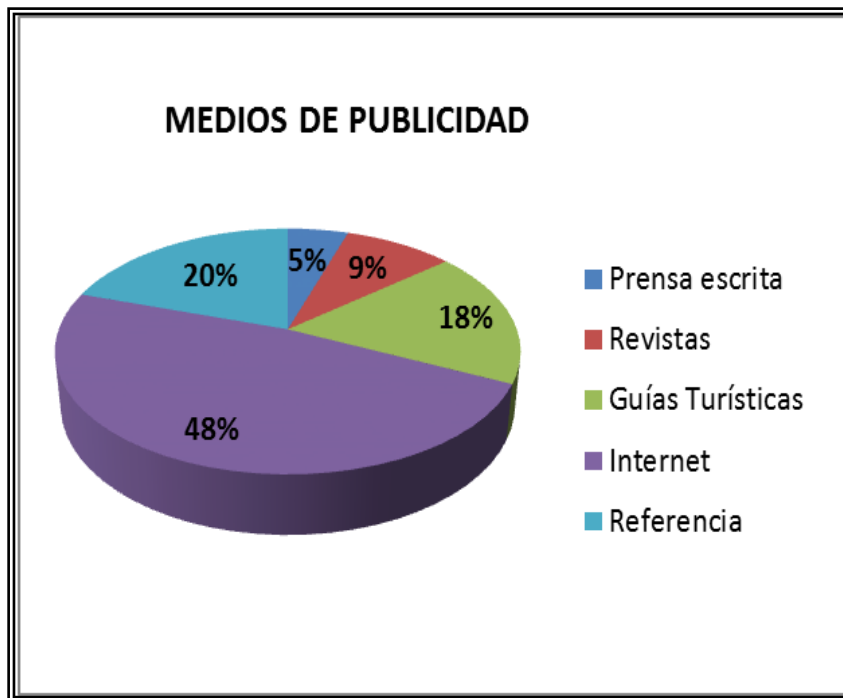


Gráfico N°26: Medios de difusión

Los medios de difusión que más utilizan los estudiantes para informarse son la TV en un 26%, seguido por el 22% que corresponde al internet. El 19 escucha la radio, el 14% lee las revistas y el 10% se informa a través de la prensa escrita.

Las estrategias de marketing del producto deben tomar en consideración los medios de difusión de mayor demanda de los estudiantes.

i. Perfil de los Estudiantes

Son hombres y mujeres estudiantes de educación básica y bachillerato que comprenden edades de 7 a 18 años, que están dispuestos a visitar una comunidad kichwa (87%), donde realizarían las siguientes actividades: caminatas por el bosque (18%), paseos en canoa (16%), pesca deportiva (15%), observación de trampas, casa típica y degustación de comidas y bebidas típicas (10%), compra de artesanías, visita al centro de rescate y zoológico. El tiempo de estadía sería de 2 a 6 horas como mínimo (37%) y de 1 a 2 días máximo (39%), tiempo en el que requieren de todos los servicios como: alimentación, transporte, recreación, alojamiento, información y guía por estos servicios pagarían de \$15 a \$25 dólares diarios (55%). Los medios de difusión que utilizan con más frecuencia para informarse son la TV, el internet y la radio.



b. Análisis de la oferta actual



Para realizar el análisis de la oferta se identificaron los atractivos turísticos naturales y culturales para establecer la factibilidad en el desarrollo de ciertas actividades en estos sitios además de reconocer los servicios turísticos y básicos que posee la comunidad.

Se identifican además los servicios complementarios que apoyarán la operación turística.


1) Identificación de los atractivos y actividades turísticas



Cuadro N°29: Matriz de identificación de los atractivos naturales y culturales de la comunidad Shayari



| PARROQUIA | ATRACTIVO | UBICACIÓN | | |
|--|--|-----------------------------|-----------------|--|
| | | LATITUD | LONGITUD | |
| El Dorado de Cascales | Río Boyasé | Norte 00°01′02″ | Oeste 77°10′01″ | |
| |  | CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO | | |
| | CATEGORIA | TIPO | SUBTIPO | |
| | Sitio Natural | Ríos | Riachuelo | |
| | JERARQUÍA | II | | |
| | ACTIVIDADES: el río tiene las condiciones favorables para realizar paseos en canoa y este desemboca en la laguna Moretecocha | | | |
| | | UBICACIÓN | | |
| | | LATITUD | LONGITUD | |
| | Laguna Moretecocha | Sur 00°02'55" | Oeste 77°11'25" | |
| |  | CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO | | |
| CATEGORÍA | TIPO | SUBTIPO | | |
| Sitio Natural | Ambiente lacustre | Laguna | | |
| JERARQUÍA | III | | | |
| ACTIVIDADES: se realizan paseos de una hora en canoa | | | | |

| PARROQUIA | ATRACTIVO | UBICACIÓN | |
|-----------------------|--|--|----------------------------|
| | | LATITUD | LONGITUD |
| El Dorado de Cascales | Cascada Shaman | Sur 00°01'45" | Oeste 77°10'19" |
| |  | CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO | |
| | FOTOGRAFÍA: Adriana Calvache | CATEGORÍA | TIPO SUBTIPO |
| | | Sitio Natural | Ríos Cascada |
| | | JERARQUÍA | III |
| | | ACTIVIDADES: en el lugar se pueden realizar ceremonias shamánicas | |
| | | UBICACIÓN | |
| | | LATITUD | LONGITUD |
| | Cascada Supay | Sur 00°01'29" | Oeste 77°10'11" |
| |  | CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO | |
| | FOTOGRAFÍA: Adriana Calvache | CATEGORÍA | TIPO SUBTIPO |
| | | Sitio Natural | Ríos Cascada |
| | | JERARQUÍA | III |
| | | ACTIVIDADES: se recomienda que en el sitio se relate cuentos y leyendas referentes al lugar | |

| PARROQUIA | ATRACTIVO | UBICACIÓN | | |
|-----------------------|---|--|------|------------------|
| | | LATITUD | | LONGITUD |
| El Dorado de Cascales | Río Valerio | Sur 00°01"01" | | Oeste 77°10'01" |
| |  | CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO | | |
| | | CATEGORIA | TIPO | SUBTIPO |
| | | Sitio Natural | Ríos | Riachuelo |
| | | JERARQUÍA | | II |
| | | ACTIVIDADES: el río es adecuado para que el turista se pueda bañar | | |
| | | UBICACIÓN | | |
| | | LATITUD | | LONGITUD |
| | Río Negro | Norte 00°00''29'' | | Oeste 77°10'04'' |
| | | CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO | | |
| | | CATEGORÍA | TIPO | SUBTIPO |
| | | Sitio Natural | Ríos | Riachuelo |
| | | JERARQUÍA | | II |

| | | |
|--|--|---|
| | <p>FOTOGRAFÍA: Adriana Calvache</p>  | <p>ACTIVIDADES: observación de peces pequeños propios de la zona, no se recomienda bañarse en este sitio</p> |
|--|--|---|

| PARROQUIA | ATRACTIVO | UBICACIÓN | | | |
|-----------------------|---|--|-----------------------------|------------------|--|
| | | LATITUD | LONGITUD | | |
| El Dorado de Cascales | Río Piraña | Norte 00°00´12´´ | Oeste 77°10´01´´ | | |
| |  | CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO | | | |
| | | CATEGORIA | TIPO | SUBTIPO | |
| | | Sitio Natural | Ríos | Riachuelo | |
| | | JERARQUÍA | | II | |
| | | ACTIVIDADES: el río tiene las características indicadas para desarrollar el tubing | | | |
| | | FOTOGRAFÍA: Adriana Calvache | | | |
| | | UBICACIÓN | | | |
| | | LATITUD | LONGITUD | | |
| | | Río Duvuno | Sur 00°02´01´´ | Oeste 77°10´10´´ | |
| | |  | CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO | | |
| | | CATEGORÍA | TIPO | SUBTIPO | |
| | | Sitio Natural | Ríos | Riachuelo | |
| | | JERARQUÍA | | II | |
| | ACTIVIDADES: fotografía | | | | |

| PARROQUIA | ATRACTIVO | UBICACIÓN | |
|-----------------------|--|--|-----------------------------|
| | | LATITUD | LONGITUD |
| El Dorado de Cascales | Centro de rescate de fauna silvestre | Sur 00°02'00" | Oeste 77°10'08" |
| |  | CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO | |
| | | CATEGORÍA | TIPO |
| | | Sitio Natural | Sistema de áreas protegidas |
| | | SUBTIPO | |
| | | Centro de rescate de fauna silvestre | |
| | | JERARQUÍA | |
| | | II | |
| | | ACTIVIDADES: observación de fauna silvestre de la zona | |
| | FOTOGRAFÍA: Adriana Calvache | | |
| | | UBICACIÓN | |
| | | LATITUD | LONGITUD |
| | Comunidad kichwa Shayari | Sur 00°02'07" | Oeste 77°10'14" |
| |  | CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO | |
| | | CATEGORÍA | TIPO |
| | | Manifestaciones Culturales | Etnografía |
| | | SUBTIPO | |
| | | Comunidad | |
| | | JERARQUÍA | |
| | | III | |
| | | ACTIVIDADES: observación de música y danza kichwa | |
| | FOTOGRAFÍA: Adriana Calvache | | |

a) Análisis de los atractivos y actividades turísticas de la comunidad Shayari

Al realizar la identificación de los recursos naturales y culturales de la comunidad Shayari se encontraron 10 atractivos de los cuales nueve son de carácter natural que representa al 90% de la categoría sitios naturales y uno es atractivo cultural que constituye al 10% de las manifestaciones culturales, siendo las características más sobresalientes de los atractivos la belleza escénica, importancia de uso y riqueza cultural en cuanto a gastronomía, artesanías, vestimenta, tradiciones, música, danza; algunas de estas manifestaciones se mantienen y otras se están perdiendo por diferentes consecuencias como son la migración y aculturación. Efectos que se pretende mitigar con el desarrollo del turismo comunitario que busca la conservación del patrimonio cultural y natural de la comunidad.

De acuerdo a la jerarquía de los atractivos turísticos se puede decir que el 60% son de jerarquía II y el 40% tiene jerarquía III por lo que motivan su difusión y promoción a nivel local, nacional e internacional. El 70% son de tipo ríos, el 10% ambiente lacustre; otro 10% pertenece al sistema de áreas protegidas y el 10% es etnografía. Por el subtipo los riachuelos ocupan el 50% de los atractivos, las cascadas el 20%; las lagunas el 10%, el centro de rescate y zoocriadero de fauna silvestre tiene el 10% y la comunidad con el otro 10%.

El 100% de los atractivos que posee la comunidad tiene un nivel de conservación alterado. En cuanto a las actividades turísticas, estas se desarrollan tan solo en la laguna, las cascadas, centro de rescate y la comunidad. Existen ríos donde se pueden realizar otro tipo de actividades recreativas como el tubing, además de programar eventos culturales donde el turista pueda participar.

Shayari cuenta con un gran porcentaje de atractivos naturales que faltan desarrollar su potencialidad y manifestaciones culturales que requieren de una revitalización para difundir y compartir con la comunidad y foráneos. Al contar con dichos recursos, los mismos que se encuentran bajo la responsabilidad y administración de la comunidad por lo que el turismo comunitario puede ser un modelo de gestión que encamine al beneficio socioeconómico, cultural y ambiental de la localidad.

2) Planta turística

a) **Servicios turísticos que oferta la comunidad Shayari:** los servicios que actualmente posee la comunidad son los siguientes:

Cuadro N°30: Resumen de los servicios turísticos que oferta la comunidad Shayari

| SERVICIOS | | TIPO | N° | DESCRIPCIÓN | PLAZAS |
|-----------|----------------------------|--------------------------|----|---|-------------------|
| SERVICIOS | Alojamiento | Cabañas | 3 | Son cabañas dobles, con balcón, baño privado, toldos, luz generada por paneles solares | 6 pax |
| | | Albergue | 1 | Es una cabaña grande de 2 pisos, cada cama tiene su toldo, a lado posterior de la cabaña existen 6 baños y 6 duchas compartidas, luz solar generada por paneles solares. | 17 pax |
| | Alimentos y bebidas | Comedor | 1 | Comedor comunitario ofrecen desayunos, almuerzos, cenas, refrigerios, bebidas típicas como la chicha de yuca, chonta, chucula, agua de guayusa | 30 pax |
| | Guianza | Guía nativo | 4 | Son guías nativos bilingües de la comunidad dominan el español y kichwa | 8 a 10 pax máximo |
| | Centro de interpretación | Centro de interpretación | 1 | Funciona en una cabaña de dos pisos y brinda información del centro sobre la misión y visión del proyecto, flora, fauna, costumbres y tradiciones de la cultura kichwa, vestimenta tradicional y vida cotidiana de la comunidad | 15 pax |
| | Venta de artesanías | Puestos | 4 | Son espacios adecuados a la entrada de las cabañas donde se exhiben las artesanías como collares, aretes, pulseras, tobilleras, cintillos, llaveros, monederos, cerámicas en forma de lagartos, tortugas, platos, mokahuas que elaboran las artesanas | 30 pax |

| ACTIVIDADES | TIPO | N° | DESCRIPCIÓN | PLAZA |
|-------------|--|----|--|------------|
| | Trekking | 2 | Consiste en una caminata de 3 horas por senderos que llevan a las cascadas Supay, Shamán y laguna Moretecocha en el trayecto se puede observar ríos, flora y fauna del sitio | 8 a 15 pax |
| | Visita al zoológico y centro de rescate de fauna silvestre | 1 | En el zoológico se puede encontrar saínos y en el centro de rescate, loras, tortugas terrestres, dantas, monos chorongos, guatín | 8 a 15 pax |
| | Noche cultural | 1 | Consiste en prender una fogata y alrededor de la misma se pone en escena la belleza artística que manifiesta la música y danza tradicional de la cultura kichwa interpretada por el Grupo de Danza Shayari | 30 pax |
| | Paseos en canoa | 2 | Los paseos en canoa se realizan en la laguna Moretecocha, se puede observar la palma de morete, aves como el oatzin, flora y fauna del sitio | 15 pax |
| | Canopy | 1 | Tiene una longitud de 200m y una altura de 30 a 45m aproximadamente | 1 pax |

Cuadro N°31: Tarifa de los servicios por persona

| SERVICIOS Y ACTIVIDADES | ADULTOS | NIÑOS |
|-------------------------|---------|---------|
| Guías | \$15,00 | \$10,00 |
| Hospedaje | \$10,00 | \$10,00 |
| Alimentación | \$7,00 | \$7,00 |
| Recuerdos | \$2,00 | \$2,00 |
| CRFS | \$2,00 | \$0,50 |
| Canopy | \$2,00 | \$1,00 |
| Paseo en canoa | \$2,00 | \$1,00 |

Si el turista elije el paseo en canoa debe ir acompañado de un guía hasta la laguna Moretecocha la caminata tiene una duración de 3 horas y el costo del guía es de \$15,00 dólares.

b) Infraestructura social básica y facilidades turísticas

i. Infraestructura social básica

Entre los servicios básicos con los que cuenta la comunidad están: energía, agua, manejo de desechos, comunicación, salud y seguridad, por ser servicios que brindar comodidad, seguridad y calidad durante la operación turística.

- **Energía:** Las cabañas, el albergue y el comedor cuentan con energía generada por paneles solares que abastece de luz las 24 horas.
- **Agua:** La comunidad tiene agua entubada que viene de una vertiente, la misma se utiliza para las cabañas en época de verano el agua se recoge de los ríos.
- **Manejo de desechos:** Para la evacuación de aguas grises y negras se utiliza el sistema de pozos sépticos, mientras que los desechos orgánicos son llevados a las fincas para elaborar compost y los desechos sólidos son recogidos dos veces por semana en motos del Municipio de Cascales.

- **Comunicación:** Existe transporte público y privado, la cobertura de telefonía fija es satelital y móvil siendo la operadora Claro la que tiene cobertura en este sector.
- **Salud:** El centro médico más cercano está en la parroquia el Dorado de Cascales a una hora de Shayari.
- **Seguridad:** Existen puestos de control policial en la parroquia el Dorado de Cascales, pero en la comunidad todos los pobladores se conocen y rara vez se dan problemas de índole delictivo. Shayari es una comunidad que presta seguridad a los turistas.

ii. Facilidades turísticas

El centro turístico comunitario Shayari cuenta con un sendero ecológico de 13.76 Km de recorrido con una duración de 3 horas y media de caminata, trayecto donde se puede apreciar la belleza escénica de la laguna Moretecocha y del bosque húmedo tropical, también se puede observar flora y fauna del lugar. El sendero que lleva al centro de rescate de fauna silvestre tiene una duración de 30 a 45 minutos de recorrido. La señalética existente no es suficiente ni posee los estándares técnicos respectivos para su interpretación.

El centro de interpretación del CTC brinda información al visitante, además de impartir conocimiento sobre una cultura diferente y su entorno natural para llegar a concienciar al turista en la conservación del patrimonio cultural y natural.

3) Análisis de la oferta complementaria

Los establecimientos de alojamiento que ofrecen las mejores condiciones de servicio en lo que se refiere a confort son: Gran Hotel del Lago, Arazá, Cascada y hotel D'Mario, sitios donde el turista encuentra las comodidades y facilidades que requiere. Estos hoteles se encuentran en la ciudad de Lago Agrio y son de primera y segunda categoría y el motivo por el cual se establece la oferta

complementaria en este lugar es por la facilidad en la prestación de servicios como son la alimentación, alojamiento y transporte tanto terrestre como aéreo. Existen dos empresas aéreas que son Tame y Aerogal con vuelos directos de Lago Agrio a Quito de lunes a domingo y de Quito a Lago Agrio en el mismo horario (itinerario de vuelo en anexo 04), la tarifa depende de la empresa. La cooperativa de Transporte Putumayo ofrece el servicio de transporte terrestre y la parada de rancheras y buses está situada en el centro de Lago Agrio, cubren varias rutas dos de ellas tienen como destino final Los Ángeles desde allí se camina 200 metros para llegar a Shayari. Una ruta es Lago Agrio-San José-Los Ángeles, con dos turnos uno en la mañana y otro al medio día. La otra es Lago Agrio-Lumbaqui-Los Ángeles, tiene dos turnos por la tarde. A continuación se detalla los establecimientos de alojamiento, servicio terrestre y aéreo:

Cuadro N°32: Resumen de establecimientos de alojamiento del cantón Lago Agrio

| NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO | TARIFA |
|--|-------------------------------|
| Gran Hotel del Lago | Cabaña Simple \$36.00 |
| TIPO: Hotel | |
| CATEGORÍA: Primera | |
| DIRECCIÓN: Av. Quito KM.1 ½ | Cabaña Doble \$56.00 |
| # DE HABITACIONES: 115 | |
| TELÉFONO: 062832-415 | Mini-Suite Simple \$50.00 |
| SERVICIOS | |
| Restaurante, salón para conferencias, aire acondicionado, parqueadero, gimnasio, sauna o spa; baño privado, servicio en la habitación, piscina, teléfono en habitación, televisor con cable, wi-fi | Mini-Suite Doble \$80.00 |
| | Suite \$70.00 |
| OBSERVACIONES | Suite Ejecutiva \$ 90.00 |
| Las tarifas no incluye impuestos | |
| Incluye desayuno tipo buffet | Suite Matrimonial \$ 90.00 |
| | Departamento \$ 100.00 |

| NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO | TARIFA |
|---|--|
| Arazá | Habitación Simple \$ 34,50 |
| TIPO: Hotel | |
| CATEGORÍA: Primera | |
| DIRECCIÓN: Av. Quito 610 y Narváez | Simple Matrimonial \$ 46,00 |
| # DE HABITACIONES: 43 | |
| TELÉFONO: 062830248 | Habitación Doble \$ 46,00 |
| SERVICIOS Restaurante, salón para conferencias, aire acondicionado parqueadero, gimnasio, sauna o spa; baño privado, servicio en la habitación, piscina, teléfono en habitación, televisor con cable, wi-fi | Habitación Triple \$ 54,00 |
| OBSERVACIONES Las tarifas no incluyen impuestos | Habitación Ejecutiva \$ 46,00 |
| | Habitación Ejecutiva Matrimonial \$ 59,00 |
| | Habitación Doble Ejecutiva \$ 59,00 |
| | Habitación Triple Ejecutiva \$ 65,00 |
| NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO | TARIFA |
| La Cascada | Suit Ejecutiva \$ 65,00 |
| TIPO: Hotel | |
| CATEGORÍA: Primera | |
| DIRECCIÓN: Av. Quito 291 Y Amazonas | Habitación Ejecutiva \$ 46,00 |
| # DE HABITACIONES: 28 | |
| TELÉFONO: 2830124 | Habitación Doble \$ 46,00 |
| SERVICIOS: Restaurante, salón para conferencias, aire acondicionado, parqueadero, gimnasio, sauna o spa; baño privado, servicio en la habitación, piscina, teléfono en habitación, televisor con cable, wi-fi, área para BBQ | |
| OBSERVACIONES Las tarifas no incluye impuestos Incluye desayuno tipo buffet | |

| NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO | TARIFA |
|--|--|
| D' Mario | Habitación Simple \$ 15,00 |
| TIPO: Hotel | |
| CATEGORÍA: Segunda | Simple Matrimonial \$ 22,00/\$ 27,00 |
| DIRECCIÓN: Av. Quito No. 263 y Pasaje Gonzanamá | |
| # DE HABITACIONES: 44 | Mini Suit \$ 32,00 |
| TELÉFONO: 2830172/2830456 | |
| SERVICIOS: Restaurante, salón para conferencias, aire acondicionado, parqueadero, gimnasio, sauna o spa; baño privado, servicio en la habitación, piscina, teléfono en habitación, televisor con cable, wi-fi, área para BBQ | Suit \$ 40,00/\$ 45,00 Habitación Dobles \$ 29,00 |
| OBSERVACIONES Las tarifas no incluyen impuestos | |

Cuadro N°33: Servicio de transporte terrestre del cantón Lago Agrio

| NOMBRE: Cooperativa de Transportes Putumayo | | |
|---|---|---|
| TIPO: Terrestre | | |
| CATEGORÍA: Transporte público | | |
| UBICACIÓN: Guayaquil y 18 de Noviembre | | |
| TURNOS: Salida Ruta: Lago Agrio-San José-Shayari Ruta: Lago Agrio-Lumbaqui-Shayari TURNOS: Retorno Ruta: Shayari-San José-Lago Agrio Ruta: Los Ángeles-Lumbaqui-Lago Agrio | HORARIOS 10:15am/12:15pm 14:00pm/16:00pm 06:00am 12:00pm | COSTO Pasaje:\$2,50 Flete: \$ 220,00 |

Cuadro N°34: Transporte aéreo del cantón Lago Agrio

| | | | |
|--|----------------------------------|----------------------------------|------------------------------|
| NOMBRE: Tame | | | |
| TIPO: Aéreo | | | |
| CATEGORÍA: Transporte público | | | |
| UBICACIÓN: Av. 9 de Octubre y Fco. de Orellana | | | |
| ITINERARIO Lago Agrio – Quito | | | |
| DIA | SALIDA | LLEGADA | TARIFA IDA/VUELTA |
| Lunes a Viernes | 08:00 10:30 12:30 17:00 | 08:30 11:30 13:00 17:30 | \$ 117,24 |
| Sábado | 11:00 13:00 | 11:30 13:30 | |

| | | | |
|---|---------------|----------------|--------------------------|
| NOMBRE: Aerogal | | | |
| TIPO: Aéreo | | | |
| CATEGORÍA: Transporte público | | | |
| UBICACIÓN: Amazonas 7797 y Juan Holguín (Quito) o llamar al call center 18002376425 | | | |
| ITINERARIO Lago Agrio – Quito | | | |
| DIA | SALIDA | LLEGADA | TARIFA IDA/VUELTA |
| Lunes a Viernes | 07:05 | 07:40 | \$ 130,80 |
| Lunes y Jueves | 17:05 | 17:40 | |
| Martes a Viernes | 15:50 | 16:25 | |
| Jueves y Viernes | 11:00 | 11:35 | |
| Domingo | 15:40 | 16:15 | |

c. Análisis de la competencia

En la provincia de Sucumbíos la actividad turística comunitaria es forma de gestión del turismo cultural que tiene gran aceptación por turistas nacionales y extranjeros, se puede visitar algunos sitios que desarrollan este tipo de gestión como son: Atari, Aguas Negras, El Cedro, San Pablo y Limoncocha; cuentan con servicios turísticos y actividades complementarias para hacer de la estancia agradable e inolvidable. De conformidad con el estudio técnico el análisis de la competencia corresponde a la investigación de la oferta turística similar a la del producto que se pretende colocar en el mercado.

Cuadro N°35: Identificación de la competencia

| NOMBRE DE LA INSTALACIÓN | ATARI | CENTRO TURÍSTICO COMUNITARIO AGUAS NEGRAS | CENTRO TURÍSTICO COMUNITARIO EL CEDRO | CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO SAN PABLO | CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO LIMONCOCHA |
|------------------------------------|---|--|--|---|--|
| UBICACIÓN | A 45 minutos de la ciudad de Lago Agrio | Cantón Cuyabeno, parroquia playas del Cuyabeno | Se encuentra en la parroquia Pto. Libre, asentada a orillas de la vertiente del río Aguarico | Cantón Shushufindi, parroquia San Roque comunidad San Pablo | Cantón Shushufindi, parroquia Limoncocha |
| SERVICIOS | | | | | |
| Restauración | X | X | X | X | X |
| Alojamiento | | X | | X | X |
| Guianza | | X | X | X | X |
| Centro de interpretación | | | | X | |
| ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS | | | | | |
| Paseos en canoa | | X | | | X |
| Trabajo en la chacra | X | | | | |
| Avistamiento de aves | | X | | X | X |
| Shamanismo | | | | | |
| Treking | | X | X | X | |

| | | | | | |
|------------------------------|--|--|---|--|---|
| Excursiones nocturnas | | | | | X |
| Danza y música | | | | X | |
| Artesanías | | | X | X | |
| Recolección artesanal de oro | | | X | | |
| Elaboración comida típica | | | | | |
| Juegos tradicionales | X | | | | |
| RESPECTO AL PRODUCTO | | | | | |
| VENTAJAS | - Cercanía a la ciudad de Lago Agrio | -Está en un área protegida -Operadoras comercializan el producto | -Carretera de 1er orden -Sistema interconectado de luz | -Valoración del patrimonio cultural -Operadoras comercializan el producto -Está en un área protegida -Experiencia | - Operadoras comercializan el producto - Está en un área protegida - Difusión nacional e internacional - Experiencia |
| DESVENTAJAS | - Poca experiencia -No existe alojamiento | -Poco mantenimiento en infraestructura -Capacidad de alojamiento mínima | -No cuenta con un comedor -Pocas actividades complementarias | - Alojamiento con poca capacidad | - Deficiencia en atención al cliente |
| TURISTAS ANUALES | | | | | |
| Nacionales | 50 | 140 | 120 | 50 | 150 |
| TOTAL | | | | | 510 |
| Extranjeros | 85 | 105 | 50 | 90 | 115 |
| TOTAL | | | | | 445 |

Los diferentes centros turísticos comunitarios ofrecen servicios como restauración, alojamiento y guianza, también dan opciones de actividades que el turista puede realizar durante la visita y estas varían de acuerdo a cada centro así como la capacidad de número de plazas que en su mayoría no alojan a grupos de más de 15 personas. En comparación con Shayari, el CTC cuenta con una plaza de alojamiento y restauración para 30 personas y un centro de interpretación. También ofrece actividades complementarias como: paseos en canoa, treeking, elaboración de comida típica, canopy, visita al centro de rescate de fauna silvestre, danza y música tradicional kichwa. El CTC Shayari es pionero en turismo comunitario en la provincia de Sucumbíos situación que le favorece ante la competencia pues el personal tiene experiencia y constantemente se está capacitando lo que permite brindar un servicio de calidad. El centro de turismo comunitario Limoncocha por estar dentro de una área protegida de difusión nacional e internacional tiene una gran acogida por parte de los turistas por lo que recibe un mayor número de visitantes anuales debido a que cuentan con tours de 3 a 4 días que son comercializados por las operadoras turísticas, de igual manera sucede con Aguas Negras por estar en la Reserva de Producción Faunística Cuyabeno despierta mayor interés por visitar el lugar pero Shayari posee la infraestructura básica, facilidades turísticas, servicios turísticos y actividades complementarias con mayor accesibilidad para el turista.

d. Proyecciones

1) Proyección de turistas extranjeros

Para el cálculo de las proyecciones se tomó como referencia el número de turistas extranjeros que visitaron en el año 2009 la Reserva de Producción Faunística Cuyabeno que según el Distrito Regional Sucumbíos Orellana del Ministerio de Ambiente fue de 6396 turistas y de acuerdo a la Dirección de Planificación Sectorial y Seguridad Turística la tasa de crecimiento turístico nacional es del 7%. El 86% de los extranjeros tienen preferencia por realizar turismo comunitario, se plantea una demanda objetivo del 3% para cubrir la expectativa de ocupación anual de alojamiento.

Cuadro N°36: Proyecciones de turistas extranjeros

| AÑO A PROYECTAR | UNIVERSO DE ESTUDIO | COMPETENCIA | DEMANDA POTENCIAL | DEMANDA - OFERTA | 3% A CAPTAR DE DMMDA. INSATIS |
|-----------------|---------------------|-------------------|-------------------|----------------------|-------------------------------|
| AÑO | DEMANDA PROYECTADA | OFERTA PROYECTADA | 86% ACEPTACION | DEMANDA INSATISFECHA | DEMANDA OBJETIVO |
| 2010 | 6396 | 445 | 5501 | 5056 | 152 |
| 2011 | 6844 | 476 | 5886 | 5409 | 162 |
| 2012 | 7323 | 509 | 6298 | 5788 | 174 |
| 2013 | 7835 | 541 | 6738 | 6198 | 186 |
| 2014 | 8384 | 577 | 7210 | 6633 | 199 |
| 2015 | 8971 | 615 | 7715 | 7099 | 213 |

2) Proyecciones de turistas nacionales

De acuerdo a la Dirección de Educación de Sucumbíos en el período escolar 2010-2011 existen 23187 estudiantes a nivel de educación básica y de bachillerato. La tasa de crecimiento estudiantil es de un 15%. Información que se consideró para calcular la proyección de la demanda potencial de estudiantes. El 87% de los de los estudiantes está dispuesto a visitar una comunidad kichwa que desarrolle el turismo comunitario. Se pretende captar el 1,5% de la demanda insatisfecha para cubrir la capacidad de las instalaciones.

Cuadro N°37: Proyecciones de turistas nacionales

| AÑO A PROYECTAR | UNIVERSO DE ESTUDIO | COMPETENCIA | DEMANDA POTENCIAL | DEMANDA - OFERTA | 1,5% A CAPTAR DE DMMDA. INSATIS |
|-----------------|---------------------|-------------------|-------------------|----------------------|---------------------------------|
| AÑO | DEMANDA PROYECTADA | OFERTA PROYECTADA | 87% ACEPTACION | DEMANDA INSATISFECHA | DEMANDA OBJETIVO |
| 2010 | 23187 | 510 | 20173 | 19663 | 295 |
| 2011 | 26665 | 587 | 23199 | 22612 | 339 |
| 2012 | 30665 | 674 | 26678 | 26004 | 390 |
| 2013 | 35265 | 620 | 30680 | 30061 | 451 |
| 2014 | 40554 | 661 | 35282 | 34621 | 519 |
| 2015 | 46637 | 705 | 40574 | 39869 | 598 |

3) Proyección de clientes extranjeros y nacionales

Se ha considerado obtener la proyección de clientes proyectados que tendrá durante el año, a partir de esto se ha determinado el producto turístico comunitario que tendrá sus respectivos paquetes y los requerimientos necesarios para su implementación.

Cuadro N°38: Número de clientes proyectados

| TURISTAS EXTRANJEROS | | | | |
|----------------------|--------------------------|---------|-----------|---------|
| AÑO | DEMANDA OBJETIVO 3% | MENSUAL | QUINCENAL | SEMANAL |
| 2010 | 152 | 13 | 6 | 3 |
| 2011 | 162 | 14 | 7 | 3 |
| 2012 | 174 | 15 | 7 | 4 |
| 2013 | 186 | 16 | 8 | 4 |
| 2014 | 199 | 17 | 8 | 4 |
| 2015 | 213 | 18 | 9 | 4 |
| TURISTAS NACIONALES | | | | |
| AÑO | DEMANDA OBJETIVO 1,5% | MENSUAL | QUINCENAL | SEMANAL |
| 2010 | 295 | 25 | 12 | 6 |
| 2011 | 339 | 28 | 14 | 7 |
| 2012 | 390 | 33 | 16 | 8 |
| 2013 | 451 | 38 | 19 | 9 |
| 2014 | 519 | 43 | 22 | 11 |
| 2015 | 598 | 50 | 25 | 12 |

2. Diseño y estructura del producto turístico comunitario

El diseño y estructura del producto turístico comunitario se ajusta al perfil del turista objetivo el mismo que desea adquirir nuevas experiencias a través de la convivencia con la comunidad.

a. Estructura técnica del servicio

Se puede notar que la comunidad cuenta con servicios e infraestructura que permite el desarrollo de la actividad turística. Pero se proponen ciertos elementos y equipos que según el Manual de Calidad de la FETPCE, son necesarios para una mejor operación turística.

1) Área de hospedaje

Las habitaciones de las cabañas y del albergue requieren de mobiliario y equipos para mejorar las condiciones de servicio siendo necesario en cada habitación instalar ventiladores, armarios o espacios para colgar la ropa, veladores, repisas para los baños entre otros que brindan comodidad al huésped.

Es preferible que el cubre colchón, sábanas y fundas de almohadas sean de color blanco sin estampados, debido a que este color demuestra pulcritud y limpieza, además de facilitar su lavado en caso de que estas prendas se manchen. Las frazadas o cobertores de las camas se sugiere que sean de colores oscuros. La disposición de las camas no debe ser junto a la pared, sino dejar un espacio prudente entre la pared y la cama con el objetivo de evitar la humedad.

Cuadro N°39: Presupuesto requerido para el área de alojamiento

| CANTIDAD | DETALLE | VALOR UNIT. | VALOR TOTAL |
|----------|-------------------------|-------------|-------------|
| 5 | Armarios | 25,00 | 125,00 |
| 2 | Juegos de armadores | 3,75 | 7,50 |
| 6 | Basureros pequeños | 5,00 | 30,00 |
| 5 | Veladores | 15,00 | 75,00 |
| 5 | Sillas | 10,00 | 50,00 |
| 13 | Lámparas | 8,00 | 104,00 |
| 4 | Rótulos | 7,50 | 30,00 |
| 7 | Ventiladores | 70,00 | 490,00 |
| 6 | Folletos de instrucción | 0,50 | 3,00 |
| 4 | Sistema contra insectos | 3,75 | 15,00 |
| 14 | Toallas | 4,80 | 67,20 |

| | | | |
|--------------|---------------------------------|--------|--------------------|
| 7 | Repisas para baño | 11,50 | 80,50 |
| 7 | Avisos de disposición de basura | 1,00 | 7,00 |
| 4 | Extintores 20lb | 60,00 | 240,00 |
| 1 | Carpa Coleman 6 pax | 144,10 | 144,10 |
| 2 | Carpas Bestway 4 pax | 86,99 | 173,98 |
| 2 | Carpas Coleman 3 pax | 90,00 | 180,00 |
| 2 | Carpas Coleman 2 pax | 76,99 | 153,98 |
| TOTAL | | | \$ 1.976,26 |

2) Área de cocina

La cocina requiere de equipos y utensilios que permitan agilizar el proceso de preparación de los alimentos de una forma más eficiente, por lo cual se propone que la campana o extractor de olores este sobre la cocina y que esta se encuentre ubicada en el centro de la cocina. Los mesones para preparar los alimentos y el lavadero son recomendables que estén en la parte lateral. La vajilla de preferencia debe ser de color blanco un solo modelo y vasos de cristal. El personal de cocina debe llevar el uniforme totalmente limpio y cubrir el cabello y manos con guantes al momento de elaborar los alimentos, es indispensable mantener la seguridad alimentaria. En el comedor es necesario cambiar las mesas actuales por unas cuadradas para 4 puestos y sillas sin descansa brazos estas deben ser de madera y del mismo diseño y modelo para aprovechar el espacio físico.

Los manteles y servilletas deben ser de tela de excelente calidad y duración. Se detallan los requerimientos de ésta área.

Cuadro N°40: Presupuesto requerido para el área de cocina y comedor

| CANTIDAD | DETALLE | VALOR UNIT. | VALOR TOTAL |
|----------|----------------------------|-------------|-------------|
| 4 | Basureros | 37,70 | 150,80 |
| 1 | lavabo de acero inoxidable | 350,00 | 350,00 |
| 1 | Extintor 20lb | 60,00 | 60,00 |
| 1 | Cocina industrial | 680,00 | 680,00 |

| | | | |
|--------------|--------------------------|--------|--------------------|
| 2 | Paquete de adhesivos | 3,65 | 7,30 |
| 2 | Sistemas contra insectos | 3,75 | 7,50 |
| 12 | Frascos para conservas | 1,50 | 18,00 |
| 1 | Horno | 380,00 | 380,00 |
| 10 | Mesas de madera | 35,00 | 350,00 |
| 40 | Sillas de madera | 12,00 | 480,00 |
| 1 | Extractor de olores | 480,00 | 480,00 |
| 1 | Refrigeradora | 967,83 | 967,83 |
| 1 | Congelador | 749,00 | 749,00 |
| 1 | Sanduchera | 67,98 | 67,98 |
| TOTAL | | | \$ 4.748,41 |

Se propone en el siguiente gráfico la distribución de equipos y muebles de cocina

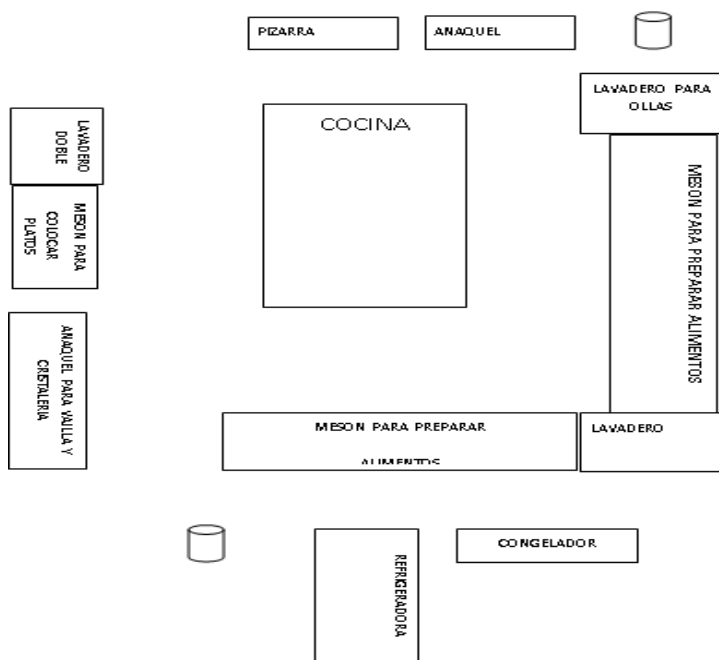


Gráfico N°27: Disposición de muebles y equipos en el área de cocina

3) Área de guianza

Es fundamental que los guías estén acreditados es decir que posean la licencia de guía nativo o naturalista, deben tener conocimiento generales sobre cultura, historia del lugar, flora y fauna del sitio, además de mostrar destrezas orales y escritas en español y de preferencia en otro idioma extranjero. El guía debe estar capacitado en primeros auxilios y preparado para atender casos de emergencia si fuera necesario.

Actualmente en esta área no cuentan con el equipo necesario y adecuado para desenvolverse en el momento de la asistencia a grupos de turistas por lo que se recomienda adquirir los siguientes implementos: binoculares y mochilas que llevarán los guías cada vez que se realice una caminata por el bosque.

Cuadro N°41: Presupuesto requerido para el área de guianza

| CANTIDAD | DETALLE | VALOR UNIT. | VALOR TOTAL |
|--------------|-----------|-------------|-----------------|
| 2 | Binocular | 175,00 | 350,00 |
| 2 | Mochila | 125,00 | 250,00 |
| TOTAL | | | \$600,00 |

4) Área de operación

a) Recepción

El centro de turismo comunitario no posee una sala o espacio determinado para la recepción de turistas por lo que se propone implementar la recepción en el centro de interpretación la misma que requiere los siguientes equipos y muebles:

Cuadro N°42: Presupuesto requerido para la operación

| CANTIDAD | DETALLE | VALOR UNIT. | VALOR TOTAL |
|--------------|----------------------|-------------|------------------|
| 1 | Modular | 500,00 | 500,00 |
| 1 | Silla | 45,00 | 45,00 |
| 3 | Sillones de espera | 58,00 | 174,00 |
| 1 | Mesa de centro | 45,00 | 45,00 |
| 1 | Computadora portátil | 1335,00 | 1335,00 |
| 1 | Impresora | 281,12 | 281,12 |
| 1 | Mueble archivador | 200,00 | 200,00 |
| 1 | Teléfono móvil | 70,00 | 70,00 |
| TOTAL | | | \$2650,12 |

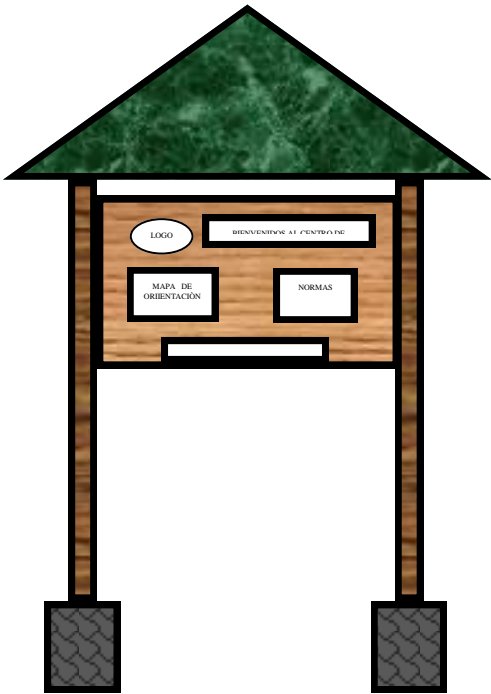
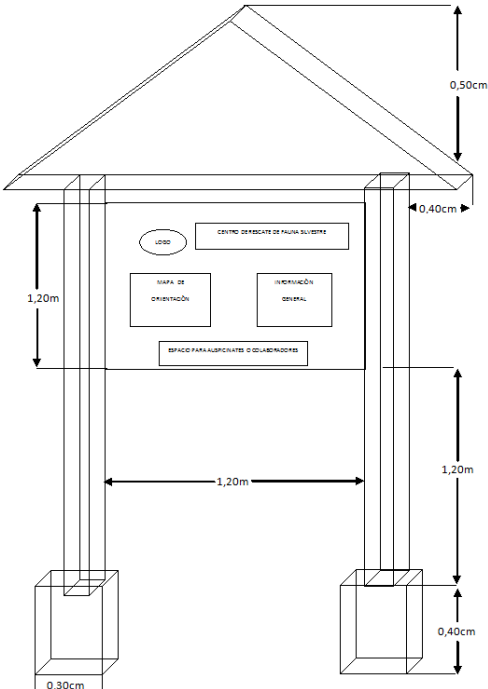
b) Señalética

Los letreros de orientación se encuentran en deterioro, motivo por el cual se recomienda reemplazarlos por otros más adecuados, además de implementar en el centro de rescate de fauna silvestre mesas de información donde el contenido abarque características generales de las especies que se encuentran en este lugar. Es importante que se coloquen en sitios estratégicos señalética de ubicación de áreas, servicios, senderos entre otros que permitan orientarse al turista. Estos en su contenido deben estar acorde al manual de señalética turística.

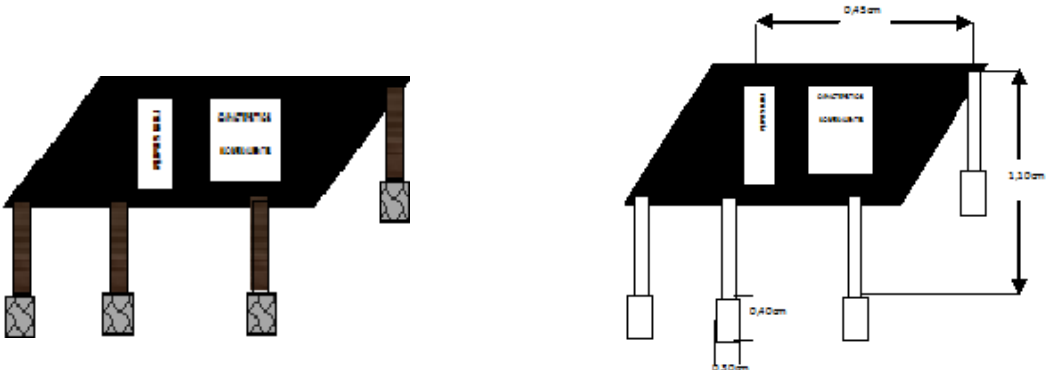
Cuadro Nº 43: Letreros orientativos para el centro de turismo comunitario

| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|--------------------------|-------|---------------------------|------|------------------|------|---------------------|------|---------------------------|------|----------|------|--------------|------|---------|------|
| NOMBRE DEL LETRERO: Bienvenida | FICHA Nº: 01 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| FUNCIÓN: Informar a los turistas sobre la distribución de las diferentes áreas del centro | UBICACIÓN: Al ingreso de las cabañas | | | | | | | | | | | | | | | | |
| LETRERO ORIENTATIVO Del CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p style="text-align: center;">Diseño</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| MATERIALES | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>Características Técnicas</p> <p>Letrero Informativo 3 x 1,20 m</p> <p>Cuerpo principal. Constituido por bases de hormigón de 0,30 x 0,30m x 0,40 m de plinto, con dos soportes de madera tratada de 10 x10 cm y 3 m de alto, cubierta de dos aguas de 2.00 x 0.40 cm, con madera tratada para vigas, duela y cubierto por chova.</p> <p>Soporte Grafico. Constituido por un panel de madera tratada de 1.20 x 1.10 m x 2cm de espesor, sujeto con tuercas y pernos. El contenido grafico se realizara mediante imágenes reales pirograbadas.</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| MANO DE OBRA: Se trabajará con un profesional “artista” y dos ayudantes para el trabajo total de la obra. | TIEMPO DE EJECUCIÓN: El tiempo de ejecución del toda la obra son de 5 días laborables. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>LEYENDA :</p> <p>Bienvenida al centro</p> <p>Características geográficas y climáticas</p> <p>Mapa de ubicación.</p> <p>Logotipos de los auspiciantes.</p> | <p>PRECIO POR UNIDAD</p> <table> <tr> <td>Madera de cedro tratada:</td> <td>\$100</td> </tr> <tr> <td>Tejadillo de chova 0,20cm</td> <td>\$30</td> </tr> <tr> <td>Panel de madera:</td> <td>\$40</td> </tr> <tr> <td>2 plintos concreto:</td> <td>\$30</td> </tr> <tr> <td>Pintura de panel esmalte:</td> <td>\$36</td> </tr> <tr> <td>Plástico</td> <td>\$15</td> </tr> <tr> <td>Pirograbado:</td> <td>\$36</td> </tr> <tr> <td>Extras:</td> <td>\$36</td> </tr> </table> | Madera de cedro tratada: | \$100 | Tejadillo de chova 0,20cm | \$30 | Panel de madera: | \$40 | 2 plintos concreto: | \$30 | Pintura de panel esmalte: | \$36 | Plástico | \$15 | Pirograbado: | \$36 | Extras: | \$36 |
| Madera de cedro tratada: | \$100 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Tejadillo de chova 0,20cm | \$30 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Panel de madera: | \$40 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 plintos concreto: | \$30 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Pintura de panel esmalte: | \$36 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Plástico | \$15 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Pirograbado: | \$36 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Extras: | \$36 | | | | | | | | | | | | | | | | |


| | |
|---|--|
| | Sub Total \$323,00 Mano de Obra 25% \$80,75 Impuestos Servicios Profesionales 12% \$38,76 Total \$442,51 |
| MANTENIMIENTO: Se requiere de supervisiones semanales de cada letrero y una limpieza mensual | OBSERVACIONES: Se utilizarán materiales acorde al medio sin causar impacto ambiental. |

| | |
|---|---|
| NOMBRE DEL LETRERO: Centro de rescate de fauna silvestre | FICHA Nº: 02 |
| FUNCIÓN: Informar a los turistas sobre las áreas a visitar y normas del centro | UBICACIÓN: Al ingreso del centro |
| LETRERO ORIENTATIVO Del CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO | |
| <p style="text-align: center;">Diseño</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">   </div> | |
| MATERIALES | |
| <p>Características Técnicas</p> <p>Letrero Informativo 3 x 1,20 m</p> <p>Cuerpo principal. Constituido por bases de hormigón de 0,30 x 0,30m x 0,40 m de plinto, con dos soportes de madera tratada de 10 x10 cm y 3 m de alto, cubierta de dos aguas de 2.00 x 0.40 cm, con madera tratada para vigas, duela y cubierto por chova.</p> <p>Soporte Grafico. Constituido por un panel de madera tratada de 1.20 x 1.10 m x 2cm de espesor, sujeto con tuercas y pernos. El contenido grafico se realizara mediante imágenes reales pirograbadas.</p> | |
| MANO DE OBRA: Se trabajará con un profesional “artista” y dos ayudantes para el trabajo total de la obra. | TIEMPO DE EJECUCIÓN: El tiempo de ejecución del toda la obra son de 5 días laborables. |

| | |
|--|---|
| LEYENDA : Mapa de ubicación Áreas Normas Logotipos de los auspiciantes | PRECIO POR UNIDAD Madera de cedro tratada: \$100 Tejadillo de chova 0,20cm \$30 Panel de madera: \$40 2 plintos concreto: \$30 Pintura de panel esmalte: \$36 Plástico \$15 Pirograbado: \$36 Extras: \$36 Sub Total \$323,00 Mano de Obra 25% \$80,75 Impuestos Servicios Profesionales 12% \$38,76 Total \$442,51 |
| MANTENIMIENTO: Se requiere de supervisiones semanales de cada letrero y una limpieza mensual de los senderos. | OBSERVACIONES: Se utilizarán materiales acorde al medio sin causar impacto ambiental. |

| | |
|--|---|
| NOMBRE: Mesa informativa | FICHA Nº: 03 |
| FUNCIÓN: Informar a los turistas sobre la fauna silvestre del centro | UBICACIÓN: En cada uno de los cubiles de los animales |
| MESA INFORMATIVA DEL CENTRO DE RESCATE DE FAUNA SILVESTRE | |
| <p style="text-align: center;">Diseño</p>  | |
| MATERIALES | |
| Características Técnicas Mesa Informativa 0,45 x 0,40cm Cuerpo principal. Constituido por bases de hormigón de 0,30 x 0.30m x 0,40 m de plinto, con cuatro soportes de madera tratada de 10 x10 cm y 1,10 m de alto, cubierto por plástico Soporte Grafico. Constituido por un panel de madera tratada de 0,45 x 0,40 m x 2cm de espesor, sujeto con tuercas y pernos. El contenido y la fotografía será impreso en adhesivo. | |
| MANO DE OBRA: Se trabajará con un profesional “artista” y dos ayudantes para el trabajo total de la obra. | TIEMPO DE EJECUCIÓN: El tiempo de ejecución del toda la obra son de 5 días laborables. |

| | |
|--|--|
| LEYENDA : | PRECIO POR UNIDAD |
| Fotografía | 4 plintos concreto: \$80,00 |
| Características generales | Plástico \$10,00 |
| Logotipos de los auspiciantes | Impresión \$5.50 |
| | Extras: \$30,00 |
| | Sub Total \$125,50 |
| | Mano de Obra 25% \$31,38 |
| | Impuestos Servicios Profesionales 12% \$15,06 |
| | Total \$171,94 |
| MANTENIMIENTO: Se requiere de supervisiones semanales de cada letrero y una limpieza mensual de los senderos. | OBSERVACIONES: Se utilizarán materiales acorde al medio sin causar impacto ambiental. |

| | |
|---|--|
| NOMBRE: Señalética de ubicación | FICHA Nº: 04 |
| FUNCIÓN: Informar a los turistas sobre la fauna silvestre del centro | UBICACIÓN: En cada uno de los cubiles de los animales |
| SEÑALÉTICA ORIENTATIVA | |
| <p style="text-align: center;">Diseño</p>  | |
| MATERIALES | |
| <p>Características Técnicas</p> <p>Señalética de orientación 0,45 x 0,40cm</p> <p>Cuerpo principal. Constituido por bases de hormigón de 0,30 x 0,30m x 0,40 m de plinto, con un soporte de madera tratada de 10 x10 cm y 1,80 m de alto, cubierto la base por plástico</p> <p>Soporte Grafico. Constituido por un panel de madera tratada de 0,30 x 0,25 m x 2cm de espesor, sujeto con tuercas y pernos. El contenido será pirograbado y se utilizará pictogramas turísticos.</p> | |
| MANO DE OBRA: Se trabajará con un profesional “artista” y dos ayudantes para el trabajo total de la obra. | TIEMPO DE EJECUCIÓN: El tiempo de ejecución de toda la obra son de 5 días laborables. |
| LEYENDA : | PRECIO POR UNIDAD |
| Mapa de ubicación | 1 plintos concreto: \$20,00 |
| Áreas | Plástico \$5,00 |
| Normas | Pirograbado \$10,00 |
| | Pintura de esmalte \$36,00 |

| | |
|---|--|
| Logotipos de los auspiciantes | Extras: \$15,00 Sub Total \$86,00 Mano de Obra 25% \$21,50 Impuestos Servicios Profesionales 12% \$10,32 Total \$117,82 |
| MANTENIMIENTO: Se requiere de supervisiones semanales de cada letrero y una limpieza mensual | OBSERVACIONES: Se utilizaran materiales acorde al medio sin causar impacto ambiental. |

Cuadro N°44: Resumen de los costos de los letreros de orientación

| Nº | TIPO | COSTO UNIT. | TOTAL |
|----|---------------------------|-------------|--------------------|
| 02 | Letreros de orientación | 442,51 | 885,02 |
| 05 | Mesa informativa | 171,94 | 859,68 |
| 04 | Señalética de orientación | 117,82 | 471,28 |
| | TOTAL | | \$2.215,975 |

b. Proveedores

Para el área de cocina y habitaciones se requiere de ciertos productos para su buen funcionamiento, es así que algunos de estos son materias primas necesarias especialmente para la preparación de los menús. Los proveedores son de dos tipos locales y externos que proveen de productos al CTC Shayari, la mayoría de la mercancía se obtiene de proveedores externos debido a que la comunidad no cuenta con todos los artículos que se requieren.

Cuadro N°45: Lista de productos que distribuyen los proveedores

| PRODUCTO | UNIDAD | PRECIO | NOMBRE DEL PROVEEDOR |
|----------------------------|--------|--------|----------------------|
| CARNES | | | |
| Pollo | Libra | 2,00 | Comunidad |
| Chancho | Libra | 2,50 | Viveres Daysi |
| Res | Libra | 2,25 | |
| Cachama | Libra | 1,25 | Comunidad |
| LACTEOS Y EMBUTIDOS | | | |

| | | | |
|-----------------------|-------------|--------|----------------------|
| Leche | Litro | 0,78 | Viveres Daysi |
| Salchichas | Libra | 1,85 | |
| Chorizo | Libra | 2,25 | |
| HORTALIZAS | | | |
| Papas | Libra | 0,50 | Tienda de María |
| Zanahoria | Libra | 0,35 | |
| Pepinillo | Libra | 1,00 | |
| Tomate | Libra | 1,00 | |
| Cebolla colorada | Libra | 1,00 | |
| Cebolla blanca | Atado | 0,60 | |
| Pimiento | Libra | 0,35 | |
| Fréjol | Libra | 1,00 | |
| Verde | Racimo | 3,50 | Comunidad |
| Maduro | Racimo | 3,50 | |
| Hierba luisa | Atado | 0,50 | |
| Guayusa | Atado | 0,50 | |
| PRODUCTO | UNIDAD | PRECIO | NOMBRE DEL PROVEEDOR |
| FRUTAS | | | |
| Papaya | Unidad | 1,00 | Comunidad |
| Arazá | Kilo | 2,50 | |
| Naranjailla | Kilo | 2,00 | |
| Naranja | Canasto | 2,50 | |
| Limones | Kilo | 1,75 | |
| Tomate de árbol | Kilo | 3,5 | Viveres Daysi |
| Piña | Unidad | 1,00 | |
| Guayaba | Kilo | 2,50 | |
| ABARROTES | | | |
| Arroz | Libra | 0,50 | Tienda de María |
| Azúcar | Libra | 0,45 | |
| Huevos | Cubeta | 1,65 | Comunidad |
| Pata de maní | paquete | 1,8 | Tienda de María |
| Pan integral | | 1,75 | |
| ARTÍCULOS DE LIMPIEZA | | | |
| Shampoo sachet | paquete | 0,25 | Viveres Nataly |
| Jabón de tocador | Unidad | 0,25 | |
| Trapeadores | Unidad | 2,45 | |
| Papel higiénico | Paquete x 4 | 9,16 | |
| Jabón líquido | paquete | 1,00 | |
| Desinfectante | Litro | 2,25 | |

Para la adquisición de materiales e insumos que presentan ciertas características que permiten la calidad del producto se recomienda proveedores de Lago Agrio donde se pueden comprar artículos de mayor duración e innovación como son los de limpieza, mantenimiento, menaje y lencería; estos se los encuentra en: Supermercado la Favorita y comercial Hernández.

c. Elaboración de tours circuitos y paquetes

1) Paquetes turísticos

Los paquetes turísticos están dirigidos a turistas extranjeros y estudiantes del cantón Lago Agrio, dependiendo de cada grupo, el paquete tiene un tiempo de estancia, actividades recreativas y servicios turísticos. Estos han sido denominados con las siglas de cada producto al que pertenecen y serán de modalidad fácil (poco esfuerzo) y moderado (mayor esfuerzo).

a) Paquetes turísticos para extranjeros

El paquete está diseñado sobre una base de 9 pax. Grupos no menores a 3 y no más de 9. Un grupo de 3 en adelante necesita ser acompañado por 1 guía.

i. Paquete N° 1

Cuadro N°46: Planificación del paquete turístico EBO01

| | | | | | |
|---|-----|---|---------|------------------------------------|----------|
| Nombre del Paquete: “En busca del Oatzin” | | | | | |
| Codificación: EBO01 | | Duración: 3 Días – 2 Noches | | Carácter: Natural- cultural | |
| Dificultad: Moderado | | Recorrido: Lago Agrio–Shayari–Moretecocha-Lago Agrio | | Centro de operaciones: CTC Shayari | |
| ITINERARIO | | | | | |
| HORA | | ACTIVIDADES | RECURSO | RESPONSABLE | CONTACTO |
| INICIO | FIN | | | | |

| DÍA 01 | | | | | |
|--------|-------|---|--------------------------------------|-----------------------------|-------------------------|
| 07h00 | 08h00 | Salida de Lago Agrio | Humano/bus | Guillermo/ Geovanny | 086627315/ 093235581 |
| 08h00 | 09h00 | Visita al Puente "Tony el Suizo" | Puente | Guía | |
| 09h00 | 09h20 | Arribo a la CTC Shayari Chek in | Comunidad | Comunidad | |
| 09h20 | 10h00 | Refrigerio | Bolones de verde y agua de guayusa | Coordinador de alimentación | |
| 10h00 | 10h30 | Visita a la laguna Moretecocha | Laguna | Guías | |
| 10h30 | 12h30 | Paseo en canoa por la laguna | Guía/canoa | Guías | |
| 12h30 | 13h30 | Box lunch | Alimentos | Guillermo Guía | |
| 13h30 | 17h00 | Trekking por el bosque | Humano/técnico | Guías | |
| 17h00 | 18h00 | Llegada a la comunidad | Comunidad | Comunidad | |
| 18h00 | 19h00 | Cena | Alimentos | Coordinador de alimentación | |
| 19h00 | 20h00 | Noche cultural | Comunidad | Guillermo | |
| 20h00 | | Descanso | | | |
| DÍA 02 | | | | | |
| 08h00 | 09h10 | Desayuno | Alimentos | Coordinador de alimentación | 086627315 |
| 09h10 | 10h30 | Recorrido por el centro de rescate de fauna silvestre y zoológico | CRFS-ZOO | Guía | |
| 10h30 | 11h30 | Visita a las piscinas comunitarias de carachama y tilapia | Piscinas | | |
| 11h30 | 13h00 | Preparación del maito | Pescado, hojas de bijao, ajo | Coordinador de alimentación | |
| 13h00 | 14h00 | Almuerzo | Alimentos | | |
| 14h00 | 15h00 | Recolección de yuca | Huerta | Margoth/ Marcelina | |
| 15h00 | 17h30 | Elaboración de chicha | Yuca, camote, agua, batea, licuadora | | |
| 17h30 | 18h30 | Cena | Alimentos | Coordinador de Alimentación | |
| 18h30 | 20h00 | Presentación artística | Grupo de Danza | Grupo de Danza | |
| 20h00 | | Descanso | Cabañas | Turistas | |
| DÍA 03 | | | | | |

| | | | | | |
|---|---|--|---|--|-----------|
| 08h00 | 09h00 | Desayuno | Alimentos | Coordinador de Alimentación | 093235581 |
| 09h00 | 09h20 | Entrega de souvenirs | souvenirs | Guillermo/Fausto | |
| 09h20 | 09h40 | Chek out | Registro, Factura | Oswaldo | |
| 09h40 | 12h30 | Retorno a Lago Agrio | Guía/bus | Guía | |
| DESCRIPCIÓN DEL TOUR | | | | | |
| Día 01 | | | | | |
| Partimos desde Lago Agrio hacia la comunidad Shayari, al llegar al Centro Turístico inicia la aventura, nos trasladamos en vehículo hasta la laguna Moretecocha, una de las más hermosas de la provincia de Sucumbíos donde albergan bocachicos, pirañas entre otros peces. Además de ser hogar del místico Oatzin, ave primitiva de donde derivan varias leyendas. En la noche disfrutaremos de una fogata cultural donde conoceremos sobre los mitos y leyendas de la cultura kichwa. | | | | | |
| Día 02 | | | | | |
| Al iniciar el día haremos un recorrido por el Centro de Rescate de Fauna Silvestre y Zoocriadero, que tiene como objetivo cuidar y reproducir especies silvestres decomisadas por la policía ambiental; después iremos de pesca a las piscinas comunitarias de carachama y tilapia, donde tendremos que hacer nuestro mejor esfuerzo para pescar de ahí demostraremos nuestra habilidad en la cocina preparando un delicioso maito de pescado. Tarde nos dedicaremos a la recolección de yuca y preparación de la deliciosa chicha de yuca, bebida con la que se brindará por la noche en la presentación del Grupo de Danza Shayari. | | | | | |
| Día 03 | | | | | |
| Entrega de recuerdos y retorno a Lago Agrio | | | | | |
| REQUERIMIENTOS PARA LA VISITA | | | -Cámara fotográfica -Binoculares -Linterna -Repelente -Ropa ligera -Zapatos deportivos -Botas de caucho -Poncho de aguas | | |
| Incluye | -Transfer Lago Agrio-Shayari-Lago-Agrio -Refrigerio -Almuerzo -Guía -Recuerdo | | No incluye | -Comidas no especificadas -Bebidas extras -Gastos personales | |
| OBSERVACIONES | | De 20 a 30 pax el transfer in se lo realiza en ranchera en caso de que sean grupos de jóvenes. | | | |
| PRECIO | | \$193,84 para 3 pax \$142,42 para 6 pax \$123,86 para 9 pax | | | |

ii. Paquete Nº 2

Cuadro N°47: Planificación del paquete turístico APK02

| | | | | | |
|---|-------|---|----------------------------------|------------------------------------|----------------------|
| Nombre del Paquete: “Así es el pueblo Kichwa” | | | | | |
| Codificación: APK02 | | Duración: 4 Días – 3 Noches | | Carácter: Natural- cultural | |
| Dificultad: Moderado | | Recorrido: Lago Agrio–Shayari–Moretecocha– Lago Agrio | | Centro de operaciones: CTC Shayari | |
| ITINERARIO | | | | | |
| HORA | | ACTIVIDADES | RECURSO | RESPONSABLE | CONTACTO |
| INICIO | FIN | | | | |
| DÍA 01 | | | | | |
| 10h30 | 11h30 | Salida de Lago Agrio | Humano/ranchera | Guillermo/ Geovanny | 086627315/ 093235581 |
| 11h30 | 12h40 | Visita al Puente "Tony el Suizo" | Puente | Guía | 086627315 |
| 12h40 | 12h50 | Arribo a la CTC Shayari | Comunidad | Comunidad | |
| 12h50 | 13h30 | Chek in | Humano | Oswaldo | |
| 13h30 | 14h40 | Almuerzo | Alimentos | Coordinador de Alimentación | |
| 16h00 | 17h15 | Visita a las piscinas comunitarias de carachama y tilapia | Piscinas | Guía | |
| 17h30 | 18h30 | Elaboración de maito | Pescado, hojas de bijao, ajo | Coordinador de Alimentación | |
| 18h30 | 19h30 | Caminata nocturna | Humano/equipos | Guía | |
| 19h30 | 20h30 | Cena | | Coordinador de Alimentación | |
| 20h30 | 21h30 | Noche cultural y bienvenida | Comunidad | Comunidad | |
| 21h30 | | Descanso | | | |
| DÍA 02 | | | | | |
| 08h00 | 09h00 | Desayuno | Alimentos | Coordinador de Alimentación | |
| 09h00 | 09h30 | Salida a la laguna Moretecocha | Camioneta/Laguna | Guía Guillermo | |
| 09h30 | 10h40 | Paseo en canoa | Canoa | | |
| 10h40 | 11h00 | Refrigerio | Fruta, colada, empanada de verde | | |
| 11h00 | 14h00 | Trekking por el bosque | Equipos | | |

| | | | | | |
|--|-------|--|--------------------------------------|-----------------------------|-----------|
| 14h00 | 15h30 | Almuerzo | Alimentos | Coordinador de Alimentación | |
| 15h30 | 18h00 | Taller de artesanías | Semillas, chambira,huito,barro | | |
| 18h00 | 19h00 | Cena | Alimentos | Coordinador de Alimentación | |
| 19h00 | 19h30 | Exhición de artesanías | Productos artesanales | | |
| 19h30 | | Descanso | | | |
| DÍA 03 | | | | | |
| 08h00 | 09h00 | Desayuno | Alimentos | Coordinador de Alimentación | |
| 09h00 | 12h0 | Visita a las huertas familiares | Huertas familiares | Tereza | |
| 12h30 | 13h30 | Almuerzo | Alimentos | Coordinador de Alimentación | |
| 13h30 | 14h00 | Receso | Logístico | | |
| 14h00 | 16h00 | Elaboración de la chicha | Batea, yuca, camote, agua, licuadora | Tereza | |
| 16h00 | 17h30 | Alimentación de animales del centro y zocriadero | Plátano, verde, papaya, uvas | Guía de la comunidad | |
| 17h30 | 18h30 | Cena | Alimentos | Coordinador de Alimentación | |
| 18h30 | 20h00 | Presentación artística | Grupo de Danza | Grupo de Danza | |
| 20h00 | | Descanso | | | |
| DÍA 04 | | | | | |
| 08h00 | 09h00 | Desayuno | Alimentos | Coordinador de Alimentación | |
| 10h00 | 11h00 | Entrega de souvenirs | Souvenirs | Fausto/ Guillermo | |
| 11h00 | 11h30 | Chek out | Registro, Factura | Guillermo/ Oswaldo | |
| 12h00 | 13h30 | Box lunch | Alimentos | Guía | |
| 12h00 | 14h30 | Retorno a Lago Agrio | Ranchera | Guía Geovanny | 093235581 |
| DESCRIPCIÓN DEL TOUR | | | | | |
| Día 01 | | | | | |
| Salida desde Lago Agrio, hasta llegar al puente colgante Tony el Suizo, que une Cascales con la comunidad de San José, el río Aguarico se cruza en gabarra, esta opción es la que tomaremos. Con el fin de conservar los animales en peligro de extinción se ha acondicionado un zocriadero en el cual se puede observar tapires, sahinos entre otros. A la noche realizaremos una caminata nocturna donde descubriremos los hábitos de algunas especies nocturnas y al regresar al Centro nos espera una noche cultural donde conoceremos las costumbres kichwas. | | | | | |
| Día 02 | | | | | |
| Al día siguiente visitaremos la laguna de Moretecocha, para llegar allí será necesario movilizarse en camioneta la misma que nos dejara en la entrada al sendero, en el trayecto de la caminata tendremos | | | | | |

que cruzar pantanos y estaremos acompañados por vistosas mariposas. Una vez en la laguna observaremos garzas, quindes, oatzin; en este sitio abunda la palma de morete de ahí que la laguna lleva este nombre. El bosque nos espera con un treking de 3 horas, donde se cruzarán ríos, pantanos a pocos minutos de llegar al Centro, se encuentran la cascada Shamán y Supay, sitios ideales para renovar energía. Por la tarde para descansar y poner a trabajar nuestra imaginación se desarrollará un taller de artesanías, donde los instructores serán personas de la comunidad.

Día 03

En la mañana visitaremos las huertas familiares (Chacra) para recolectar la orito, papaya, yuca, verde y camote, actividad en la que compartiremos con las mujeres de la comunidad responsables de cada una de las huertas. La yuca, el camote y el agua serán nuestros ingredientes para elaborar la chicha, bebida indispensable. Antes de la cena acompañaremos a los encargados de alimentar a los animales silvestres, experiencia muy agradable que nos permitirá tener contacto con la fauna del bosque húmedo tropical; terminada esta actividad tendremos el gusto de deleitarnos con una presentación artística que nos brindará el Grupo de Danza Shayari.

Día 04

Retorno a Lago Agrio.

| | | | |
|--------------------------------------|---|--|--|
| REQUERIMIENTOS PARA LA VISITA | | Cámara fotográfica -Binoculares -Linterna -Repelente -Ropa ligera -Zapatos deportivos -Botas de caucho -Poncho de aguas | |
| Servicios que incluyen | -Transfer Lago Agrio-Shayari-Lago Agrio -Refrigerio -Almuerzo -Guía -Souvenir | Servicios que no incluyen | -Comidas no especificadas -Bebidas extras -Gastos personales |
| OBSERVACIONES | De 20 a 30 pax el transfer in se lo realiza en ranchera en caso de que sean grupos de jóvenes | | |
| PRECIO | \$201,47 para 3 pax \$160,57 para 6 pax \$145,64 para 9 pax | | |

b) Paquetes turísticos para estudiantes

El paquete está diseñado sobre una base de 15 pax para el tour de un día y el de dos días una noche en una base de 10 pax. Un grupo de 15 en adelante necesita ser acompañado por 2 guías.

i. Paquete N° 3

Cuadro N°48: Planificación del paquete turístico CCKO03

| | | | | | |
|--|-------|--|--|------------------------------------|--|
| Nombre del Paquete: “Conociendo la Cultura de los Kichwas del Oriente” | | | | | |
| Codificación: CCKO03 | | Duración: 1 Día | | Carácter: Natural- cultural | |
| Dificultad: Fácil | | Recorrido: Lago Agrio – Shayari – Lago Agrio | | Centro de operaciones: CTC Shayari | |
| ITINERARIO | | | | | |
| HORA | | ACTIVIDADES | RECURSOS | RESPONSABLE | CONTACTO |
| INICIO | FIN | | | | |
| 08h00 | 08h30 | Salida de Lago Agrio | Humano/Bus | Guillermo/ Geovanny | 086627315 080547528 |
| 09h00 | 11h00 | Visita al Puente "Tony el Suizo" | Puente | Guía | |
| 11h00 | 11h05 | Arribo a la CTC Shayari | Comunidad | Comunidad | |
| 11h10 | 12h30 | Visita al Centro de rescate de fauna silvestre y zoológico | Humano y Centro de rescate y zoológico | Guía | |
| 12h30 | 13h30 | Almuerzo | Alimentos | Coordinador de alimentación | |
| 13h40 | 14h00 | Presentación del grupo de danza Shayari | Grupo de danza | Grupo de danza Shayari | |
| 14h10 | 14h30 | Entrega de recuerdos | Recuerdos | Guillermo /guía | |
| 14h30 | 17h30 | Retorno a Lago Agrio | Humano/Bus | Guía | |
| DESCRIPCIÓN DEL TOUR | | | | | |
| DÍA 1: Lago Agrio – Shayari | | | | | |
| Salda desde Lago Agrio hacia la comunidad de Shayari, localidad que pertenece al cantón Cascales, a tan solo 40 minutos se podrá observar una de las obras de ingeniería civil más llamativas de la zona que es el Puente “Tony el Suizo”, que tiene una longitud de 200 metros y está sobre el río Aguarico. En 1 hora y media, llegamos al CTC, donde encontraremos personas amables de la cultura kichwa e inmediatamente se observa la belleza del bosque húmedo tropical, donde están ubicadas las cabañas turísticas, disfrutaremos de un recorrido por el Centro de Rescate de Fauna Silvestre y Zoológico, se puede ver sahinós, monos choroños, loras, guatín, guanta, entre otros animales. Pero si eres de aquellas personas que les gusta la emoción, te invitamos a desafiar el columpio y a cruzar el riachuelo en la tarabita, después de esa experiencia puedes relajarte un poco, degustando la gastronomía típica de la zona fusionada con la cocina nacional para posteriormente apreciar una de las manifestaciones culturales más importantes como es la danza de la cultura Kichwa | | | | | |
| REQUERIMIENTOS PARA LA VISITA | | -Cámara fotográfica -Repelente -Ropa ligera -Zapatos deportivos | | | |
| Servicios incluyen | que | -Entrada -Almuerzo | Servicios incluyen | que no | -Comidas no especificadas -Bebidas extras |

| | | | |
|----------------------|--|--|-----------------------------------|
| | -Guía -Souvenir | | -Gastos personales -Transporte |
| OBSERVACIONES | En caso que el cliente lo requiera de transporte la tarifa establecida incrementa su valor | | |
| PRECIO | \$21,68 de 15 a 20 pax | | |

En vista al análisis del estudio de mercado donde los estudiantes les agrada la idea de tener una estancia de dos días en una comunidad kichwa se diseñó un paquete que tiene un tour de dos días y una noche, pero la tarifa no incluye transporte. Este producto está dirigido a estudiantes universitarios que tienen mayor capacidad de pago. A continuación se detalla el paquete:

ii. Paquete N° 4

Cuadro N°49: Planificación del paquete turístico CS04

| Nombre del Paquete: “Caminando a la Selva” | | | | | |
|--|-------|--|---------------------------------------|---------------------------------------|------------------------|
| Codificación: CS04 | | Duración: 2 Días – 1Noche | | Carácter: Natural- cultural | |
| Dificultad: Moderado | | Recorrido: Lago Agrio – Shayari – Moretecocha - Lago Agrio | | Centro de operaciones: CTC Shayari | |
| ITINERARIO | | | | | |
| HORA | | ACTIVIDADES | RECURSO | RESPONSABLE | CONTACTO |
| INICIO | FIN | | | | |
| DÍA 01 | | | | | |
| 08h00 | 08h30 | Salida de Lago Agrio | Humano/bus | Guillermo/ Geovanny | 086627315 093235581 |
| 09h00 | 10h40 | Visita al Puente "Tony el Suizo" | Atractivo cultural | Guía | |
| 10h40 | 11h00 | Arribo a la CTC Shayari- Chek in | Comunidad | Comunidad/ Oswaldo | |
| 11h00 | 12h30 | Recorrido por el centro de rescate de fauna silvestre y zoológico (CRFS&ZOO) | Centro de rescate y zoológico | Guía | |
| 12h30 | 13h30 | Visita a las piscinas comunitarias de carachama y tilapia | Piscina/caña de pescar/humano | Guía | |
| 13h30 | 15h00 | Almuerzo | Alimentos | Coordinador de alimentación | |
| 15h00 | 16h00 | Recolección de yuca | Huerta | Margoth/ Marcelina | |
| 16h00 | 17h30 | Elaboración de chicha | Batea, yuca, camote, licuadora, balde | | |

| | | | | | |
|--|--|--|---------------------------|--|-------------------------|
| 17h30 | 18h30 | Cena | Alimentos | Coordinador de alimentación | |
| 18h30 | 19h30 | Noche cultural y bienvenida | Cultural | Comunidad | |
| DIA 2 | | | | | |
| 07h30 | 08h30 | Desayuno | Alimentos | Coordinador de alimentación | 086627315/ 093235581 |
| 08h30 | 09h00 | Salida a la laguna Moretecocha | Laguna | Guía | |
| 09h00 | 09h00 | Arribo a la laguna | | | |
| 09h30 | 10h30 | Paseo en canoa | Guía/canoa | | |
| 10h30 | 11h30 | Refrigerio | Alimentos | Guillermo/Guía | |
| 11h00 | 14h15 | Trekking por el bosque | Humano/equipos | Guía | |
| 14h15 | 15h30 | Almuerzo | Alimentos | Coordinador de alimentación | |
| 15h15 | 15h30 | Entrega de souvenirs | Souvenirs | Guillermo/Fausto | |
| 15h30 | 16h00 | Chek out | Registro, Factura | Oswaldo | |
| 16h00 | 18h30 | Retorno a Lago Agrio | Guía/bus | Guía | |
| DESCRIPCIÓN DEL TOUR | | | | | |
| Día 01 | | | | | |
| Salimos de Lago Agrio para iniciar con una experiencia de vida diferente, al llegar al Centro Turístico Comunitario “Shayari”, realizaremos un recorrido por el Centro de Rescate de Fauna Silvestre y Zoológico, lugar donde los animales son conservados y alimentados por la comunidad, también podrás visitar las piscinas comunitarias de carachama y tilapia. Además de compartir una labor cotidiana como es la recolección de yuca en las huertas familiares para después elaborar la exquisita chicha de yuca que se beberá al final de las actividades en la noche cultural. | | | | | |
| Día 02 | | | | | |
| Por la mañana nos preparamos para salir rumbo a una de las lagunas más hermosas de la provincia de Sucumbíos que se llama Moretecocha, su nombre se debe a la palma de morete fruto que existe en abundancia en ese sector. Después de pasear en canoa por el borde de la laguna donde observaremos flora y fauna típica, en el bosque primario y secundario donde cruzaremos ríos, riachuelos, pantanos, hallaremos para terminar refrescándonos con un baño en las cascadas Shamán y Supay | | | | | |
| REQUERIMIENTOS PARA LA VISITA | | -Cámara fotográfica -Binoculares repelente -Ropa ligera -Zapatos deportivos -Botas de caucho -Poncho de aguas | | | |
| Servicios que Incluyen | -Transfer Lago Agrio-Shayari-Lago - Agrio -Refrigerio -Desayuno -Almuerzo, -Cena -Guía -Souvenir | | Servicios que no incluyen | -Comidas no especificadas -Bebidas extras -Gastos personales | |
| Precio | \$66,24 de 10 a 15 pax | | | | |

| | |
|--|--|
| | \$68,20 de 16 a 20 pax \$71,71 de 21 a 30 pax |
|--|--|

d. Estimación de precios de acuerdo al mercado

Para la estimación de precios se tomó como referencia el perfil del turista donde los extranjeros tienen una capacidad de pago de \$30 a \$70 dólares diarios por persona para todos los servicios. Según los estudiantes los padres de familia en un 55% podrían pagar por un programa turístico de \$15 a \$25 dólares diarios y el 21% tiene la capacidad de pago de \$26 a \$35 dólares diarios por persona.

Cuadro N°49: Estructura de costos del paquete turístico EBO01

| CONCEPTO | COSTO TOTAL | PRECIO UNIT. 3PAX | PRECIO UNIT. 6PAX | PRECIO UNIT. 9PAX |
|----------------------------------|---------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| COSTOS FIJOS | 230,00 | 73,75 | 38,33 | 25,56 |
| Transporte | 150,00 | 50,00 | 25,00 | 16,67 |
| 1 Guías | 45,00 | 15,00 | 7,50 | 5,00 |
| Grupo de danza | 35,00 | 8,75 | 5,83 | 3,89 |
| COSTOS VARIABLES | 183,25 | 59,75 | 59,75 | 59,75 |
| 1 Refrigerio | 4,50 | 1,50 | 1,50 | 1,50 |
| 2 Desayuno | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 2 Almuerzo | 42,00 | 14,00 | 14,00 | 14,00 |
| 1 Box lunch | 15,00 | 5,00 | 5,00 | 5,00 |
| 2 Cena | 42,00 | 14,00 | 14,00 | 14,00 |
| 2 Hospedaje | 60,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 |
| Entradas al CRFS | 6,00 | 2,00 | 2,00 | 2,00 |
| Tilapia | 3,75 | 1,25 | 1,25 | 1,25 |
| Recuerdos | 10,00 | 2,00 | 2,00 | 2,00 |
| SUBTOTAL | 413,25 | 133,50 | 98,08 | 85,31 |
| Gastos adm. y de ventas 10% | 454,58 | 146,85 | 107,89 | 93,84 |
| Utilidad 20% | 545,49 | 176,22 | 129,47 | 112,60 |
| Comisión 10% | 600,04 | 193,84 | 142,42 | 123,86 |
| PRECIO DE VENTA | 600,04 | 193,84 | 142,42 | 123,86 |
| Costo por persona por día | | 65,00 | 47,00 | 41,00 |

Cuadro N°51: Punto de equilibrio del paquete EBO01

| DATOS | 3 PAX | 6 PAX | 9 PAX |
|------------------------|----------|----------|----------|
| Gastos Fijos | 230,00 | 230,00 | 230,00 |
| Relación cv/v | 0,69 | 0,58 | 0,52 |
| & Ventas Equilibrio | 331,12 | 396,24 | 444,35 |
| Pto. Equilibrio | 4 | 5 | 6 |

Cuadro N°52: Estructura de costos del paquete turístico APK02

| CONCEPTO | COSTO TOTAL | PRECIO UNIT. 3PAX | PRECIO UNIT. 6PAX | PRECIO UNIT. 9PAX |
|----------------------------------|---------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| COSTOS FIJOS | 185,00 | 59,00 | 30,83 | 20,56 |
| Transporte | 70,00 | 23,33 | 11,67 | 7,78 |
| Ranchera | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Camioneta | 20,00 | 4,00 | 3,33 | 2,22 |
| 1 Guías | 60,00 | 20,00 | 10,00 | 6,67 |
| Grupo de danza | 35,00 | 11,67 | 5,83 | 3,89 |
| COSTOS VARIABLES | 239,25 | 79,75 | 79,75 | 79,75 |
| 1 Refrigerio | 7,50 | 2,50 | 2,50 | 2,50 |
| 3 Desayuno | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 3 Almuerzo | 63,00 | 21,00 | 21,00 | 21,00 |
| 3 Cena | 63,00 | 21,00 | 21,00 | 21,00 |
| 3 Hospedaje | 90,00 | 30,00 | 30,00 | 30,00 |
| Entradas al CRFS | 6,00 | 2,00 | 2,00 | 2,00 |
| Tilapia | 3,75 | 1,25 | 1,25 | 1,25 |
| Recuerdos | 6,00 | 2,00 | 2,00 | 2,00 |
| SUBTOTAL | 424,25 | 138,75 | 110,58 | 100,31 |
| Gastos adm. y de ventas 10% | 466,68 | 152,63 | 121,64 | 110,34 |
| Utilidad 20% | 560,01 | 183,15 | 145,97 | 132,40 |
| Comisión 10% | 616,01 | 201,47 | 160,57 | 145,64 |
| PRECIO DE VENTA | 616,01 | 201,47 | 160,57 | 145,64 |
| Costo por persona por día | | 50,00 | 40,00 | 36,00 |

Cuadro N°53: Punto de equilibrio del paquete turístico APK02

| DATOS | 3 PAX | 6 PAX | 9 PAX |
|------------------------|----------|----------|----------|
| Gastos Fijos | 185,00 | 185,00 | 185,00 |
| Relación cv/v | 0,61 | 0,50 | 0,45 |
| & Ventas Equilibrio | 302,48 | 367,56 | 408,90 |
| Pto. Equilibrio | 3 | 4 | 4 |

Cuadro N°54: Estructura de costos del paquete turístico CCKO03

| CONCEPTO | COSTO TOTAL | PRECIO UNIT. 15 a 20 PAX | COSTO TOTAL | PRECIO UNIT. 21 a 30 PAX |
|-----------------------------|---------------|-----------------------------|---------------|-----------------------------|
| COSTOS FIJOS | 65,00 | 4,33 | 80,00 | 3,81 |
| 2 Guías | 30,00 | 2,00 | 45,00 | 2,14 |
| Grupo de danza | 35,00 | 2,33 | 35,00 | 1,67 |
| COSTOS VARIABLES | 135 | 9,00 | 189,00 | 9,00 |
| 1 Almuerzo | 105 | 7 | 147 | 7 |
| Recuerdos | 30 | 2,00 | 42,00 | 2,00 |
| SUBTOTAL | 200,00 | 13,33 | 269,00 | 12,81 |
| Gastos adm. Y de ventas 10% | 220 | 14,67 | 295,90 | 14,09 |
| Utilidad 20% | 264,00 | 17,60 | 355,08 | 16,91 |
| Comisión 10% | 290,40 | 19,36 | 390,59 | 18,60 |
| Impuesto 12% IVA | 34,85 | 2,32 | 46,87 | 2,23 |
| PRECIO DE VENTA | 325,25 | 21,68 | 437,46 | 20,83 |

Cuadro N°55: Punto de equilibrio del paquete turístico CCKO03

| DATOS | 15 a 20 PAX | 21 a 30 PAX |
|------------------------|-------------|-------------|
| Gastos Fijos | 65,00 | 80,00 |
| Relación cv/v | 0,58 | 0,57 |
| & Ventas Equilibrio | 111,12 | 140,86 |
| Pto. Equilibrio | 8 | 10 |

Cuadro N°56: Estructura de costos del paquete turístico CS04

| CONCEPTO | COSTO TOTAL 10 PAX | PRECIO UNIT. 10 a 15 PAX | PRECIO UNIT. 16 a 20 PAX | PRECIO UNIT. 21 a 30 PAX |
|-----------------------------|-----------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| COSTOS FIJOS | 65,00 | 6,50 | 5,94 | 8,10 |
| 2 Guías | 30,00 | 3,00 | 3,75 | 6,43 |
| Grupo de danza | 35,00 | 3,50 | 2,19 | 1,67 |
| COSTOS VARIABLES | 360,00 | 36,00 | 36,00 | 36,00 |
| 1 Refrigerio | 25,00 | 2,50 | 2,50 | 2,50 |
| Desayuno | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 2 Almuerzo | 140,00 | 14,00 | 14,00 | 14,00 |
| Cena | 70,00 | 7,00 | 7,00 | 7,00 |
| Hospedaje | 100,00 | 10,00 | 10,00 | 10,00 |
| Entradas al CRFS | 5,00 | 0,50 | 0,50 | 0,50 |
| Recuerdos | 20,00 | 2,00 | 2,00 | 2,00 |
| SUBTOTAL | 425,00 | 42,50 | 41,94 | 44,10 |
| Gastos Adm. Y de ventas 10% | 467,50 | 46,75 | 46,13 | 48,50 |
| Utilidad 20% | 561,00 | 53,76 | 55,36 | 58,21 |
| Comisión 10% | 617,10 | 59,14 | 60,89 | 64,03 |
| Impuesto 12% IVA | 74,05 | 7,10 | 7,31 | 7,68 |
| PRECIO DE VENTA | 691,15 | 66,24 | 68,20 | 71,71 |

Cuadro N°57: Punto de equilibrio del paquete turístico CS04

| DATOS | 10 a 15 PAX | 16 a 20 PAX | 21 a 30 PAX |
|------------------------|-------------|-------------|-------------|
| Gastos Fijos | 65,00 | 125,00 | 200,00 |
| Relación cv/v | 0,48 | 0,47 | 0,50 |
| & Ventas Equilibrio | 135,66 | 264,75 | 401,63 |
| Pto. Equilibrio | 3 | 5 | 7 |

e. Normativas y regulaciones

1) Políticas del centro de turismo comunitario

Referente a las reservaciones el centro maneja las siguientes políticas:

a) Reservaciones

i. Formas de pago

- Las reservaciones se deben realizar con 20 días de anticipación vía telefónica o internet y la confirmación de la misma se efectúa con un anticipo del 50% del valor total del tour a la cuenta de ahorros de la Cooperativa de Ahorro y Crédito 9 de Octubre a nombre del Sr. Fausto Vargas.
- El otro 50% se cancelará 10 días antes del inicio del tour, para constancia del pago se emitirá una factura de pago. Al llegar al centro se debe indicar la papeleta de depósito o el número de documento de la transferencia.
- Para reservaciones a último momento se requiere el pago total del tour.

ii. Cancelaciones

- Para la cancelación de un tour es necesario hacerlo con anticipación cuando la anulación es 18 días antes no existe recargo.
- A los 10 días antes del inicio del tour tiene un recargo del 25%.
- Si es 8 días antes del inicio del tour existe un recargo del 50%.
- Cuando se realiza una cancelación 5 días antes del inicio del tour, tiene un recargo del 75%.
- Para la anulación de un tour 3 días antes del inicio del mismo se cobrará como recargo el 90% del valor total.

iii. Devoluciones

- Se lo hará inmediatamente luego de que se procese la información.
- Se descontará el 10% por concepto de gastos administrativos.
- En caso de que el pax no se presente a la hora de salida no existe devolución ni se aceptan reclamos.
- Si el pax durante el desarrollo del viaje, decide retirarse parcial o definitivamente, no habrá devoluciones.

2) Normas de conducta y código de ética para la prestación del servicio

a) De los turistas

i. Obligaciones

- Evitar toda forma de contaminación física de la Comunidad, para lo cual observará los de la basura orgánica e inorgánica dispuestas para el reciclaje.
- Respetar las decisiones de los prestadores/as de servicios turísticos, de los/as guías comunitarios y de la población de la comunidad.
- Respetar las manifestaciones de la cultura local.

ii. Prohibiciones

- Sugerir, criticar o disponer determinadas acciones que tengan relación con las manifestaciones culturales, espirituales o de los saberes ancestrales, si éstas tienden a alterar el valor de dichas manifestaciones.
- Asumir actitudes raciales o segregacionistas en contra de las personas o de la cultura de la Comunidad.
- Insinuar conductas sexuales o seducir a los/as habitantes de la Comunidad.
- Llevar muestras de la fauna y flora locales o inseminal con productos de otras zonas.

- Utilizar las instalaciones turísticas para fines ilícitos.
- Fotografiar escenas de la cultura local sin consentimiento de los/as anfitriones.
- Destruir o dañar las instalaciones turísticas.
- Negociar, comprar o sustraerse objetos arqueológicos y de valor cultural.
- Entregar dinero o bienes a niños, niñas, personas de la tercera edad o a discapacitados/as; de querer hacerlo entregará en administración con las indicaciones que considere del caso. (MANUAL OPERATIVO DE LA COMUNIDAD SHAYARI, 2011)

b) Del personal

- El personal debe mantener un trato y conducta amable entre sí, para no incomodar a los turistas.
- El personal debe trabajar en equipo y de manera coordinada.
- Está terminantemente prohibido ingerir bebidas alcohólicas o drogas en horario de trabajo ni en horas libres en las que se encuentre dentro del establecimiento.
- No deben fumar en las instalaciones o sitios que molesten a los visitantes.
- El personal deberá abstenerse de utilizar aquellas áreas destinadas a los visitantes.
- Se debe evitar reuniones sociales y fiestas que perturben la tranquilidad de los visitantes
- En caso de que tengan comportamientos impropios o de acoso sexual hacia sus compañeros/as estos deberán ser inmediatamente separados de su trabajo.

c) Comportamiento de los turistas con el personal

- El personal deberá atender las necesidades del visitante con prontitud y amabilidad.
- El personal debe mantenerse fuera de las áreas destinadas para el descanso de los visitantes, excepto cuando sea requerido.
- Las labores de limpieza y mantenimiento de las instalaciones se las debe realizar sin molestar al visitante.
- El personal debe abstenerse de ingerir bebidas alcohólicas u otras sustancias que le impidan su correcto desenvolvimiento.
- En caso que algún integrante del personal tenga comportamiento grosero o de acoso sexual, será inmediatamente separado de su trabajo.

- El personal deberá tener una limpieza personal permanente.
- El personal deberá tener presente ciertos patrones culturales de los visitantes y respetarlos.
- Se debe evitar gritos y comportamientos exagerados que puedan molestar al visitante.
- No pedir regalos a los turistas.
- No tomar las pertenencias de los visitantes.

d) Para la prestación de servicios

- Todos los servicios serán prestados por las personas que se encuentren registrados en la Administración del Centro Kichwa Shayari.
- Los alimentos y bebidas serán preferentemente de productos existentes en la Comunidad Pastaza. Podrán usarse otros productos, en forma excepcional, para diversificar la oferta a los/as turistas o visitantes que pernocten más de un día.
- El hospedaje se decorará de acuerdo a la cultura del Pueblo Kichwa Amazónico.
- El servicio de movilidad implica el traslado de turistas desde la sede hacia los lugares de visita y viceversa por cualquier medio terrestre. De requerirse el transporte automotor, de preferencia será en vehículos que presten la seguridad y el confort adecuados para el turista o visitante.
- El servicio de Guías significa no solo el recorrido de la oferta interna en la Comunidad Pastaza, sino incluye todo el territorio de la parroquia El Dorado, de haberse considerado así una visita o una venta turística.
- El servicio de Operación del Centro Kichwa Shayari significa las actividades de organización de viajes y visitas, así como la comercialización directa, nacional o internacional, de sus paquetes turísticos con Operadores/as o turistas. (MANUAL OPERATIVO DE LA COMUNIDAD SHAYARI, 2011)

e) Para las actividades turísticas

- Todas las actividades tendrán contenidos y referentes de la cultura del pueblo kichwa amazónico que se practican en la Comunidad Pastaza.
- Las actividades serán originales y no replicarán culturas de otros pueblos del Ecuador, excepto aquellas de carácter espiritual que ya sean de la costumbre de la parroquia El Dorado.

- Para cualquier actividad se contará con la aceptación del turista o visitante, indicándole el sentido espiritual de la actividad.
- Se informará al turista sobre la posibilidad o no de fotografiar las actividades, especialmente aquellas del ámbito espiritual.
- Toda actividad comunitaria relacionada con el turismo, antes de su aplicación por el Comité Promejoras de Pastaza será consultada al Centro Kichwa Shayari, para llevar un mismo criterio en la toma de decisiones.
- Las festividades propias de la Comunidad serán promocionadas en la oferta turística nacional e internacional.
- El Centro Kichwa Shayari en coordinación con el Comité Promejoras de Pastaza, podrá organizar eventos, congresos y convenciones dentro de sus instalaciones, para generar su autofinanciamiento.
- Se respetará la cultura propia del turista o visitante. (MANUAL OPERATIVO DE LA COMUNIDAD SHAYARI, 2011)

f) Ética turística comunitaria

- Cumplir con los estándares de calidad ofertados y las normativas sobre turismo comunitario.
- Conservar y valorar el patrimonio cultural y natural de la Comunidad, del pueblo kichwa amazónico, y del país en general.
- Brindar todo el apoyo al turista o visitante con responsabilidad y calidad en cada uno de los productos o servicios ofertados.
- Dar un trato responsable, respetuoso, igual y equitativo a los/as turistas o visitantes.
- Ningún prestador/a de servicios delegará su servicio o responsabilidades a personas sin experiencia. De haber necesidad de un servicio por personas no capacitadas, se pondrá en conocimiento previo de la Administración para su aprobación, siempre que la persona reúna un mínimo de conocimientos.
- Es obligación del personal del Centro Kichwa Shayari revisar en forma permanente el buen funcionamiento de los servicios básicos de agua, luz, baterías higiénicas, entre otros.

- Los problemas personales de los prestadores/as de servicios no han de inferir en su relación con el huésped o visitante.
- Cuidar la imagen pública de la Comunidad Pastaza y del Centro Kichwa Shayari, especialmente en la presentación, higiene y salud.
- Proponer y motivar a los/as visitantes que participen en las actividades de la familia; por ejemplo: recoger frutos, cocinar, trabajar en artesanías, entre otras.
- No excederse en la capacidad de recepción de visitas.
- Contar con agua hervida o purificada en todos los establecimientos.
- Cumplir que el producto que ofrece el Centro Kichwa Shayari sea de convivencia comunitaria entre el turista o visitante y las familias responsables.
- Está prohibido el trato personal e íntimo con los turistas o visitantes. Cualquier insinuación sexual será denunciada inmediatamente a la administración.
- Está prohibido a los Guías Comunitarios insinuarse o dejarse seducir en temas de sexualidad con los/as turistas y visitantes, antes o después de su visita a la Comunidad.
- Se prohíbe el alquiler de alojamientos a parejas que demuestren o se intuya que se quiera utilizar como casa de cita o moteles.
- Si se presume que las personas hacen uso de las instalaciones turísticas comunitarias en el tráfico ilegal de personas o de bienes, o en la prostitución de niños, niñas y adolescentes, se denunciará inmediatamente a las autoridades correspondientes, facilitándoles el ingreso para la verificación de estas conductas.
- Ninguna familia podrá inducir al turista o visitante a entregar bienes o valores sobre lo convenido con la administración.
- La oferta turística no contendrá elementos que induzcan a la compasión ni a la compraventa de pobreza. Las familias en este sentido cuidarán especialmente que sus niños/as no mendiguen ni asuman actitudes humillantes.
- El Centro Kichwa Shayari promoverá que el Comité Promejoras de Pastaza incluya en su normativa interna en el respeto de todos sus habitantes a los derechos de los turistas y visitantes, así como brindarles la debida seguridad en su visita.
- El Centro Kichwa Shayari dará a conocer a cada turista o visitante las normas básicas de conducta que debe asumir en respecto de los derechos de la Comunidad y sus habitantes. (MANUAL OPERATIVO DE LA COMUNIDAD SHAYARI, 2011)

f. Estructura administrativa y legal

1) Marco legal para la operación

Actualmente la comunidad se encuentra en los trámites respectivos para obtener la categoría de centro turístico comunitario, para lo cual debe cumplir ciertos requisitos que dispone la ley de turismo en el reglamento general de actividades turísticas. De acuerdo al capítulo III en el artículo 2 del reglamento para el registro de centros turísticos comunitarios, para el registro se debe presentar los siguientes requisitos:

- a) Solicitud de registro dirigida a la autoridad del Ministerio de Turismo, en donde se consignarán las actividades que realizará el Centro Turístico Comunitario.
- b) Acreditación de la constitución de la organización en cualquier forma de integración o sociedad amparada en la ley, con excepción de las organizaciones determinadas en el Artículo 7 de la Ley de Turismo.
- c) Constancia o nombramiento que acredite la representación legal del peticionante de registro a nombre del centro turístico comunitario.
- d) Acta de la que conste que el centro turístico comunitario ha decidido registrarse y en la cual debe estipularse la delegación a la persona que les representa para realizar el registro con la firma de los miembros.
- e) Documentos que demuestren que los responsables de los servicios a prestarse por la comunidad hayan recibido capacitación y/o formación profesional sobre turismo.
- f) Pago del valor de registro estipulado por el Ministerio de Turismo.

- g) Copia certificada del Registro Único de Contribuyentes, en la que conste como objeto de la persona jurídica, la prestación de servicios turísticos comunitarios.
- h) Informe técnico que justifique la calidad de comunitario del Centro expedido por la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana, o por la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, FEPTCE.
- i) Determinación de los servicios turísticos que brindarán, y la zona geográfica en la que se circunscribe el servicio de turismo comunitario.

Para la obtención de la licencia anual única de funcionamiento LUAF el Municipio de Cascales requiere los siguientes documentos:

i. Requisitos:

- Una Carpeta Colgante
- Copia de Cédula y Certificado de votación
- Copia del Ruc
- Certificado del Ministerio de Turismo
- Certificado de la Cámara Provincial de Turismo o del capítulo Cantonal en caso de haber cumplido con las obligaciones gremiales (este requisito es opcional).
- Lista de precios de los servicios que prestara el establecimiento
- Copia del pago del 1.5 X 1.000

ii. Procedimiento

Con la solicitud de Licencia Turística que la adquiere en Tesorería por un valor de \$2 se acercará al departamento de ITUR del Municipio del Cantón. Se realizara la inspección al establecimiento y si lo califican como Turístico se procederá a dar paso al trámite y a la Emisión de la Licencia.

2) Organización

La estructura administrativa y legal del denominado CTC está conformada por la parte directiva que constituye la asamblea general y la administración quien es el representante legal del centro y bajo su dirección se encuentra la parte operativa que se distribuye en 4 sub-áreas: guianza, cocina, hospedaje y provisión.

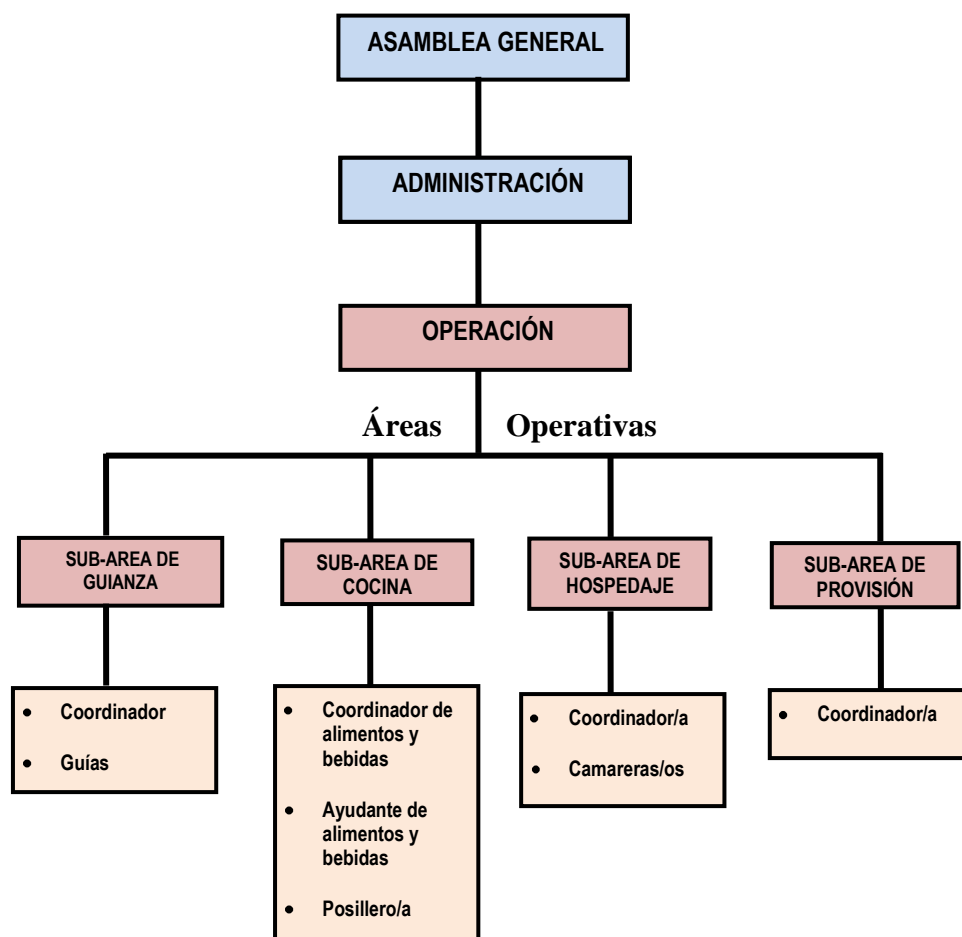


Gráfico N°28: Organigrama estructural del centro de turismo comunitario Shayari

Cuadro N°58: Distribución de responsabilidades

| ÁREAS | SUB ÁREAS | RESPONSABLE | CARGO | BREVE DESCRIPCIÓN DEL ÁREA |
|-----------|------------------|--------------------------|----------------------------|---|
| DIRECTIVO | Asamblea General | Sr. Fausto Vargas | Presidente | Convocar a toda la comunidad para informar, decidir, organizar, planificar actividades en beneficio de la misma |
| | Administración | Sr. Guillermo Vargas | Administrador | Administra los recursos que posee el centro y verifica el buen funcionamiento del mismo |
| | | | | |
| OPERATIVO | Guianza | Sr. Oscar Padilla | Coordinador de guías | Brinda asistencia de guianza a los turistas |
| | Cocina | Sr. Nelson Vargas | Coordinador de cocina | Preparar los alimentos |
| | Hospedaje | Sra. Marcelina Huatatoca | Coordinadora de hospedaje | Da alojamiento a los turistas |
| | Provisión | Sr. Jorge Vargas | Coordinador de provisiones | Provee de insumos al centro |

g. Manual de funcionamiento del personal

El manual de funcionamiento del personal que colabora con el CTC Shayari se sustenta en el manual de calidad de la FEPTCE donde señala las funciones que se deben desempeñar en cada área.

MANUAL DE FUNCIONES DEL CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO SHAYARI

a) Área de Administración

Cuadro N°59: Funciones del Administrador

| DATOS GENERALES | | |
|---|--|---|
| Denominación del cargo | Administrador | |
| Nivel de reporte inmediato | Presidente de la Asamblea | |
| Subrogación | En caso de ausencia será reemplazado por el presidente de la Asamblea | |
| Colaboradores directos | Contactos Internos | Contactos externos |
| Coordinador de guías Coordinador de bebidas y alimentos Coordinador de hospedaje Coordinador de provisiones | Presidente de la asamblea general | Prestadores de servicios turísticos, sector público, privado, comunitario y CORTUS clientes y público en general |
| PERFIL | | |
| PERFIL Formación Académica | Requisitos y Conocimientos adicionales | Nivel de Experiencia |
| Bachiller en cualquier especialización o técnico en turismo | <ul style="list-style-type: none"> • Ser socio de la comunidad • Tener conocimientos en administración turística y hotelera • Dominio del idioma inglés en un 75% | Tener experiencia mínimo de un año en cargos similares |
| Funciones del cargo | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Observar y acatar lo dispuesto en los estatutos y reglamentos de la organización a la cual pertenece el CTC • Seguir el manual operativo del CTC Shayari • Recibir y registrar llamadas • Formular políticas de reservaciones y cancelaciones • Realizar reservaciones • Coordina la elaboración de tours • Proporcionar información sobre la oferta turística del CTC • Elaborar cotizaciones de tours • Coordinar actividades con la operadora de la CORTUS | | |

- Comercializar el producto turístico
- Recopilar material fotográfico, bibliográfico, para la elaboración y actualización de medios de difusión turística
- Atender las inquietudes del personal administrativo de la operadora y del directorio de la CORTUS
- Organizar y dirigir reuniones periódicas con el personal
- Orientar el trabajo del personal
- Seleccionar y aplicar herramientas administrativas adecuadas.
- Recibir, registrar, emitir y archivar documento del CTC
- Formular políticas de promoción y ventas
- Realizar la lista de proveedores y controlar la calidad de los productos
- Evaluar mensualmente los comentarios de los huéspedes

b) Área de Guianza

i. Coordinador de guías

Cuadro N°60: Funciones del coordinador de guías

| DATOS GENERALES | | |
|--|---|--|
| Denominación del cargo | Coordinador de guías | |
| Nivel de reporte inmediato | Administrador | |
| Subrogación | En caso de ausencia será reemplazado por el administrador | |
| Colaboradores directos | Contactos Internos | Contactos externos |
| Administrador Guías Coordinador de bebidas y alimentos Coordinador de hospedaje Coordinador de provisiones | Presidente de la asamblea general | Prestadores de servicios turísticos, sector público, privado, comunitario y CORTUS clientes y público en general |
| PERFIL | | |
| PERFIL Formación Académica | Requisitos y Conocimientos adicionales | Nivel de Experiencia |

| | | |
|---|--|--|
| Bachiller en cualquier especialización o técnico en turismo | <ul style="list-style-type: none"> • Ser socio de la comunidad • Poseer licencia de guía nativo o naturalista otorgado por el MINTUR • Tener conocimientos en turismo, geografía, cultura, técnicas de guiar, comunicación entre otros • Dominio del idioma inglés en un 75% | Tener experiencia mínimo de un año en cargos similares |
| Funciones del cargo | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Promover y acatar lo dispuesto en los estatutos y reglamentos de la organización a la cual pertenece el CTC • Coordinar actividades de logística con las comisiones especiales y los guías • Informar anticipadamente a los guía acerca de los servicios, actividades o productos a realizar • Establecer y programar actividades de acuerdo a los requerimientos de los clientes • Organizar y coordinar las actividades a realizarse con el personal a su cargo • Atender las inquietudes del personal a su cargo • Solicitar a tiempo los recursos necesarios para las actividades programadas de la asociación • Supervisar, evaluar y mejorar la calidad del servicio y atención al cliente de su área correspondiente • Mantener buenas relaciones con sus subalternos y las demás funciones que le asignen su organización | | |

ii. Guías

Cuadro N°61: Funciones de los guías

| DATOS GENERALES | | |
|---|--|---|
| Denominación del cargo | Guía | |
| Nivel de reporte inmediato | Coordinador de guías | |
| Subrogación | En caso de ausencia será reemplazado por el coordinador de guías | |
| Colaboradores directos | Contactos Internos | Contactos externos |
| Administrador Coordinador de bebidas y alimentos Coordinador de hospedaje | Presidente de la asamblea general | Prestadores de servicios turísticos, sector público, privado, comunitario y CORTUS clientes y público en general |
| PERFIL | | |

| PERFIL Formación Académica | Requisitos y Conocimientos adicionales | Nivel de Experiencia |
|--|---|--|
| Bachiller en cualquier especialización o técnico en turismo | <ul style="list-style-type: none"> • Ser socio de la comunidad • Poseer licencia de guía nativo o naturalista otorgado por el MINTUR • Tener conocimientos en turismo, geografía, cultura, técnicas de guiar, comunicación entre otros | Tener experiencia mínimo de un año en cargos similares |
| Funciones del cargo | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Acatar lo dispuesto en los estatutos y reglamentos de la organización a la que pertenece el CTC • Preparar las condiciones más favorables para el tour • Conducir a los turistas a los diferentes atractivos de su comunidad • Cuidar de la seguridad del turista • Velar por la protección y respeto del medio ambiente. • No debe usar drogas y alcohol • No debe implicarse en relaciones sentimentales o sexuales con los turistas durante el tour • Interpretar a los turistas, sobre plantas medicinales, flora, fauna etc • No pedir regalos al turista y botar basura • No debe discutir con sus compañeros de trabajo, frente al turista • Tener lo necesario para la realización del tour • Usar los senderos establecidos y no deben apartarse de ellos • Ser responsable del viaje • Procurar el silencio en las instalaciones mientras el turista descansa • Explicar sobre el viaje y preguntar por sus intereses y sus expectativas • No decir malas palabras durante el recorrido. • Ser responsable del viaje • Dormir independientemente de los turistas. | | |

c) Área de cocina

i. Coordinador de alimentos y bebidas (cocinero)

Cuadro N°62: Funciones del coordinador de alimentos y bebidas (cocinero)

| DATOS GENERALES | | |
|---|--|--|
| Denominación del cargo | Coordinador de alimentos y bebidas (cocinero) | |
| Nivel de reporte inmediato | Administrador | |
| Subrogación | En caso de ausencia será reemplazado por el ayudante de cocina | |
| Colaboradores directos | Contactos Internos | Contactos externos |
| Ayudante de cocina Meseros Coordinador de provisiones | Presidente de la asamblea general Administrador | Proveedores Turistas |
| PERFIL | | |
| PERFIL Formación Académica | Requisitos y Conocimientos adicionales | Nivel de Experiencia |
| Bachiller en cualquier especialización | <ul style="list-style-type: none"> • Ser socio de la comunidad • Poseer cursos en gastronomía, seguridad alimentaria, pastelería entre otros | Tener experiencia mínimo de un año en cargos similares |
| Funciones del cargo | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Hacer cumplir lo dispuesto en los estatutos y reglamentos de la organización a la que pertenece el CTC • Definir y elaborar las recetas estándar • Ser responsable de la elaboración y actualización de menús • Realizar la orden de pedido de los ingredientes necesarios para la comida • Preparar jugos, cocteles, frutas en almíbar, galletas, helados, cremas, jarabes, refrescos, panes, pasteles, confites, postres y guarniciones (ensaladas) • Conocer de la elaboración de alimentos y bebidas para los visitantes que siguen dieta especial • Elaborar los box lunch • Cumplir con las normas de sanidad en la preparación y manipulación de alimentos y bebidas • Mantener limpia la cocina • Realizar inventarios de los muebles, equipos y utensilios de cocina • Realizar inventarios de bodega de insumos, abarrotes, carnes y lácteos de la bodega • Coordinar con el personal del CTC, los precios de venta de alimentos y bebidas | | |

- Conocer y aplicar procedimientos en caso de alguna emergencia de salud

ii. Ayudante de cocina

Cuadro N°63: Funciones del ayudante de cocina

| DATOS GENERALES | | |
|---|---|--|
| Denominación del cargo | Ayudante de cocina | |
| Nivel de reporte inmediato | Coordinador de alimentos y bebidas | |
| Subrogación | En caso de ausencia será reemplazado por el coordinador de alimentos y bebidas | |
| Colaboradores directos | Contactos Internos | Contactos externos |
| Coordinador de alimentos y bebidas Meseros Coordinador de provisiones | Presidente de la asamblea general Administrador | Proveedores Turistas |
| PERFIL | | |
| PERFIL Formación Académica | Requisitos y Conocimientos adicionales | Nivel de Experiencia |
| Bachiller en cualquier especialización o haber terminado la educación básica | <ul style="list-style-type: none"> • Ser socio de la comunidad • Poseer cursos en cocina nacional, seguridad alimentaria, entre otros | Tener experiencia mínimo de un año en cargos similares |
| Funciones del cargo | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Acatar lo dispuesto en los estatutos y reglamentos de la organización a la que pertenece el CTC • Asistir al coordinador en la elaboración de la orden de pedido de los ingredientes necesarios para la comida | | |

- Conocer de la elaboración de alimentos y bebidas para los visitantes que siguen dieta especial
- Elaborar los box lunch
- Cumplir con las normas de sanidad en la preparación y manipulación de alimentos y bebidas
- Mantener limpia la cocina
- Conocer y aplicar procedimientos en caso de alguna emergencia de salud

iii. Meseros/as

Cuadro N°64: Funciones de los meseros/as

| DATOS GENERALES | | |
|--|---|--|
| Denominación del cargo | Mesero/a | |
| Nivel de reporte inmediato | Coordinador de alimentos y bebidas | |
| Subrogación | En caso de ausencia será reemplazado por el ayudante de cocina | |
| Colaboradores directos | Contactos Internos | Contactos externos |
| Coordinador de alimentos y bebidas Ayudante de cocina Coordinador de provisiones | Presidente de la asamblea general Administrador | Proveedores Turistas |
| PERFIL | | |
| PERFIL Formación Académica | Requisitos y Conocimientos adicionales | Nivel de Experiencia |
| Bachiller en cualquier especialización | <ul style="list-style-type: none"> • Ser socio de la comunidad • Estar capacitado en restauración y servicio al cliente | Tener experiencia mínimo de un año en cargos similares |
| Funciones del cargo | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Acatar lo dispuesto en los estatutos y reglamentos de la organización a la que pertenece el CTC • Tomar el pedido de los turistas • Servir los alimentos | | |

- Mantener el comedor y mesas limpias
- Cumplir con las normas de sanidad en la preparación y manipulación de alimentos y bebidas
- Colaborar en la limpieza de la cocina
- Conocer y aplicar procedimientos en caso de alguna emergencia de salud

d) Área de hospedaje

i. Coordinador de hospedaje

Cuadro N°65: Funciones del coordinador de hospedaje

| DATOS GENERALES | | |
|---|---|--|
| Denominación del cargo | Coordinador de hospedaje | |
| Nivel de reporte inmediato | Administrador | |
| Subrogación | En caso de ausencia será reemplazado por el ayudante de cocina | |
| Colaboradores directos | Contactos Internos | Contactos externos |
| Administrador Coordinador de provisiones | Presidente de la asamblea general | Turistas |
| PERFIL | | |
| PERFIL Formación Académica | Requisitos y Conocimientos adicionales | Nivel de Experiencia |
| Bachiller en cualquier especialización o haber terminado la educación básica | <ul style="list-style-type: none"> • Ser socio de la comunidad • Estar capacitado en hospitalidad y servicio al cliente, técnicas de piso entre otros | Tener experiencia mínimo de un año en cargos similares |
| Funciones del cargo | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Acatar lo dispuesto en los estatutos y reglamentos de la organización a la que pertenece el | | |

CTC

- Verificar que las habitaciones estén en condiciones aptas para alojar huéspedes
- Conducir a los visitantes y a su equipaje a la habitación y revisar que tengan lo necesario
- Entregar las llaves de las habitaciones a los turistas
- Proveer los suministros necesarios para el baño de las habitaciones
- Proveer a las habitaciones de lencería necesaria
- Llevar el inventario de muebles, enseres y lencería del área de hospedaje
- Realizar el pedido de insumos y enseres

ii. Camarero/a

Cuadro N°66: Funciones del camarero/a

| DATOS GENERALES | | |
|--|--|---|
| Denominación del cargo | Camarero/a | |
| Nivel de reporte inmediato | Coordinador de hospedaje | |
| Subrogación | En caso de ausencia será reemplazado por el coordinador de hospedaje | |
| Colaboradores directos | Contactos Internos | Contactos externos |
| Coordinador de hospedaje Coordinador de provisiones | Presidente de la asamblea general | Turistas |
| PERFIL | | |
| PERFIL Formación Académica | Requisitos y Conocimientos adicionales | Nivel de Experiencia |
| Educación básica o bachiller | <ul style="list-style-type: none"> • Ser socio de la comunidad • Estar capacitado en hospitalidad y técnicas de piso entre otros | Tener experiencia mínimo de 6 meses en cargos similares |
| Funciones del cargo | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Acatar lo dispuesto en los estatutos y reglamentos de la organización a la que pertenece el CTC • Preparar los productos y materiales de limpieza • Limpiar las habitaciones | | |

- Verificar el estado de las habitaciones al momento que los turistas se retira
- Asistir en la realización del pedido de insumos y enseres

e) Área de provisión

i. Coordinador de provisión

Cuadro N°67: Funciones del coordinador de provisión

| DATOS GENERALES | | |
|--|---|--|
| Denominación del cargo | Coordinador de provisión | |
| Nivel de reporte inmediato | Administrador | |
| Subrogación | En caso de ausencia será reemplazado por el administrador | |
| Colaboradores directos | Contactos Internos | Contactos externos |
| Administrador Coordinador de guías Coordinador de cocina Coordinador de hospedaje Coordinador de provisiones | Presidente de la asamblea general | Proveedores |
| PERFIL | | |
| PERFIL Formación Académica | Requisitos y Conocimientos adicionales | Nivel de Experiencia |
| Bachiller en contabilidad o afines | <ul style="list-style-type: none"> • Ser socio de la comunidad • Conocimientos en contabilidad general • Destreza en negociación comercial | Tener experiencia mínimo de un año en cargos similares |
| Funciones del cargo | | |

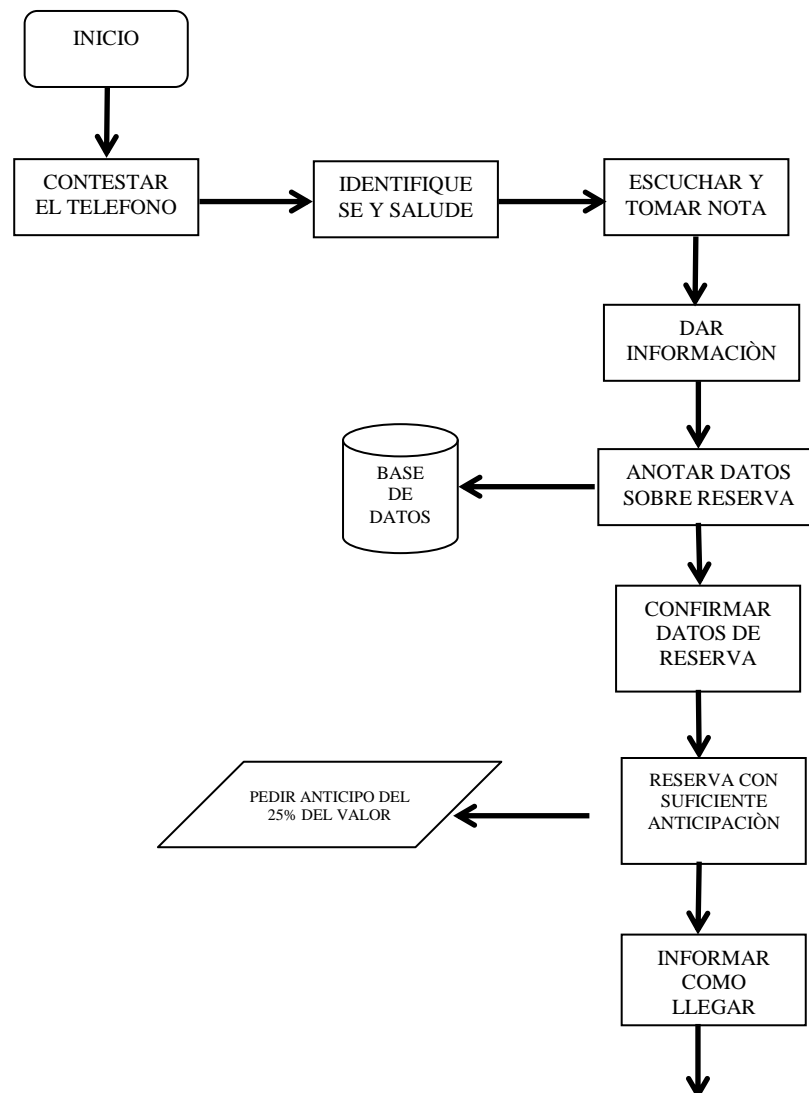
- Acatar lo dispuesto en los estatutos y reglamentos de la organización a la que pertenece el CTC
- Realizar las compras de los productos que requieren las diferentes áreas
- Verificar que los pedidos estén completos y a tiempo
- Determinar a los proveedores más convenientes
- Mantener una buena relación comercial con los proveedores
- Llevar informes de las compras que se realizan

h. Manual de procedimientos

a) Procedimiento para realizar una reservación

- Contestar el teléfono
- Identificarse y saludar
- Escuchar atentamente y tomar nota de lo que piden
- Dar información precisa sobre lo que pida el visitante, tour operador o personal administrativo de la operadora de la CORTUS
- Apuntar todos los datos para la reserva como días de llegada y salida, nombre y número de personas, adultos, niños, hora de llegada, tipo de comodidad y bebidas que prefieren, tipo de alojamiento que requieren. (dirección y teléfono)
- Apuntar la información en el calendario de reservaciones, de manera clara.
- Confirmar los datos con el visitante para evitar malos entendidos
- Si la reserva se hace con suficiente antelación pedir se envíe anticipo

- Dar información al visitante y/o tour operador de cómo llegar al CTC
- Comprobar que se han hecho todas las anotaciones
- Despedirse



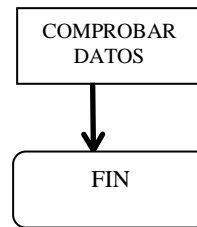


Gráfico N°29: Flujograma del procedimiento de una reservación

b) Procedimiento para la recepción de turistas

- Bienvenida. Si es posible les recibirá el administrador del CTC, saludo, detalles de viaje.
- Preguntar si vienen por cuenta propia o si realizaron una reservación
- En caso de tener una reservación comprobar la reserva
- Llenar los documentos de recepción
- Mostrar brevemente las instalaciones del CTC
- Explicar los horarios de comidas
- Entregar folletería con información turística de la zona y explicar sobre la posibilidad para realizar visitas, excursiones
- Acompañar a la habitación al/los visitantes
- Entrega de la/s llave/s de la/s habitaciones

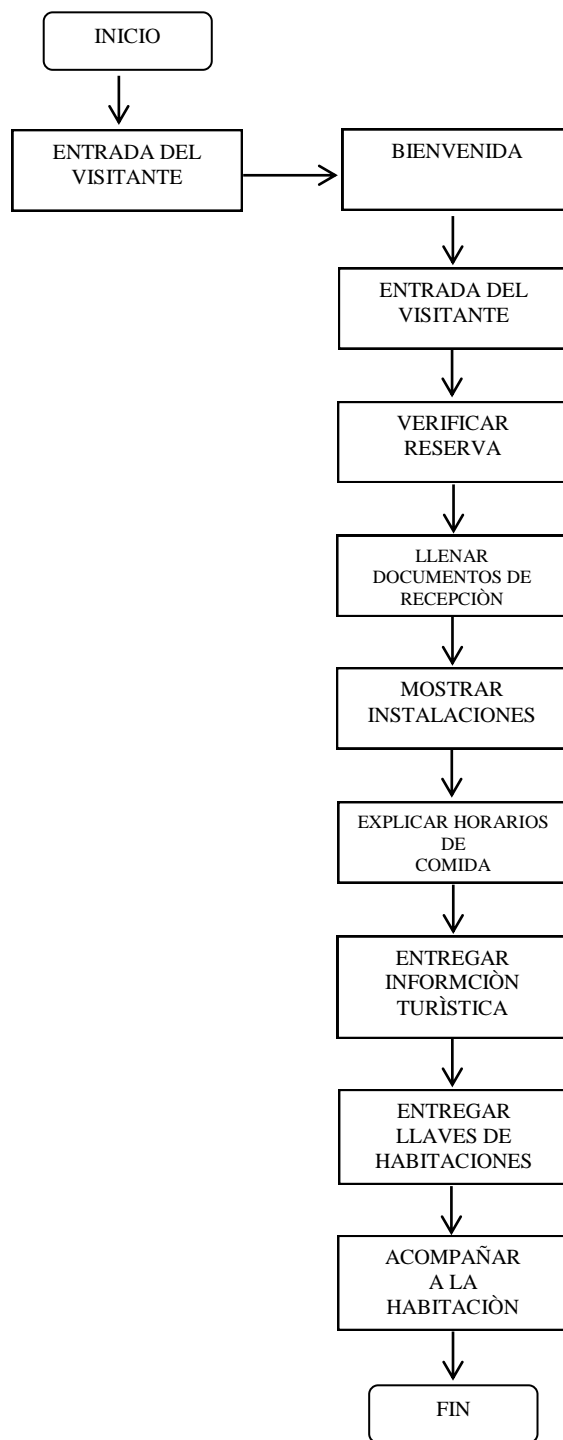


Gráfico N°30: Flujograma de procedimiento para la recepción de turistas

c) Procedimiento para la guianza

- Los guías deberán estar en el CTC, para que puedan realizar su trabajo al momento que ingresen los turistas
- Cuando el visitante requiera de los servicios del guía, el coordinador administrativo del CTC, informará a los guías que estén disponibles para realizar el tour
- El guía socializará el código de conducta para el turista, además les dará una explicación sobre el recorrido que van a realizar
- Al empezar el recorrido el guía les conducirá a los sitios que se establecieron en el paquete o itinerarios, el mismo que se cumplirá de acuerdo a lo establecido, brindando una información clara y precisa
- El guía se despide del grupo
- En caso de que deba trabajar con el mismo grupo al día siguiente, el guía les informará sobre las nuevas actividades que vayan a desarrollar

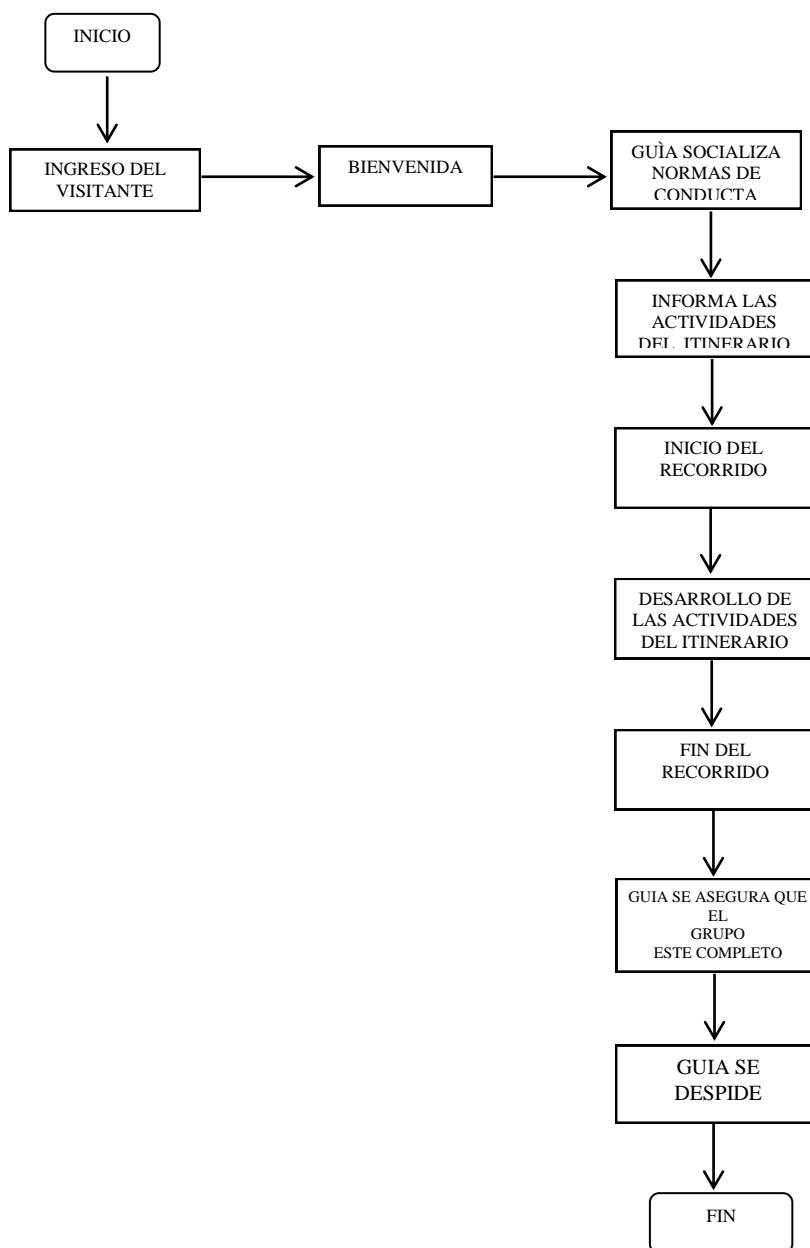


Gráfico N°31: Flujograma del procedimiento para la guianza

d) Procedimiento para la limpieza de habitaciones

- Identificar y comprobar en el listado del coordinador de alojamiento si la habitación está libre u ocupada
- Preparación de productos y materiales de limpieza, fundas de basura, lencería de repuesto, suministros de baño, entre otros
- Llamar antes de entrar a la habitación para comprobar si han salido de las habitaciones los visitantes
- Entrar en la habitación
- Dejar la puerta de la habitación abierta para informar de su presencia
- Apagar las luces, correr las cortinas y abrir todas las puertas y ventanas para una mejor ventilación de la habitación
- Verificar que la habitación no tenga ningún daño (muebles quemados, cortinas rotas, vidrios rotos, entre otros)
- Destender la cama, empezando por quitar las fundas de las almohadas
- Retirar las sábanas sobre la cama, para observar si hay algún objeto olvidado
- Retirar toallas y sábanas sucias
- Tender la cama
- Vaciar la basura de la habitación, ceniceros y baño
- Barrer el piso de la habitación (bajo la cama)
- Limpiar los muebles, cuadros y lámparas de la habitación
- Verificar el funcionamiento de focos
- Colocar papelería faltante dentro de la habitación
- Realizar la limpieza del baño
- Verificar antes de salir, que las puertas y ventanas estén debidamente cerradas
- Colocar en orden las cortinas
- Comprobar que las luces no queden encendidas

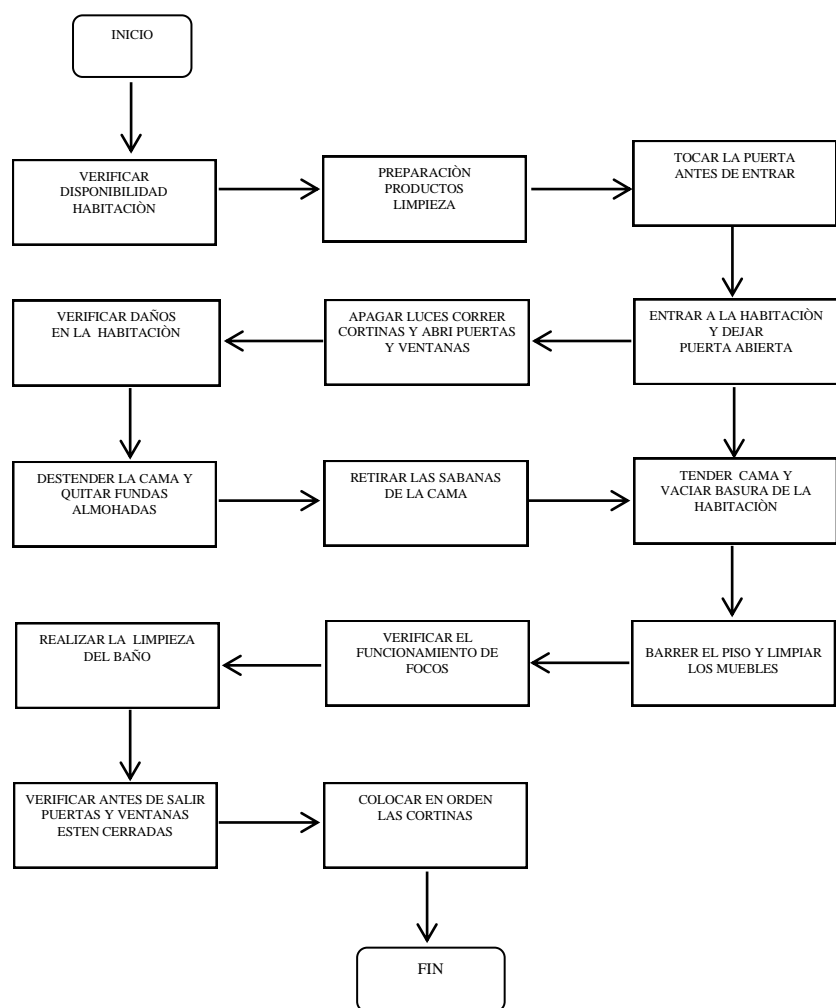


GRÁFICO N°32: Flujograma de procedimiento de la limpieza de habitación

e) Procedimiento para la limpieza de baños

- Verificar el funcionamiento de focos
- Probar si funciona correctamente la ducha
- Limpiar correctamente la cortina de baño si hubiera
- Limpiar las ventanas del baño
- Limpiar las paredes del baño
- Limpiar espejos
- Limpiar lavamanos (lavabo)
- Prueba de funcionamiento del inodoro y urinario
- Limpiar el inodoro y urinario
- Colocar todos los suministros (papel higiénico, jabón, toallas, shampoo, entre otros)
- Reposición de toallas cada vez que se produzca una salida de huéspedes; o reposición de las toallas que estén sucias cada dos días si el huésped permanece más tiempo
- Limpiar y secar el piso del baño
- Apagar las luces del baño

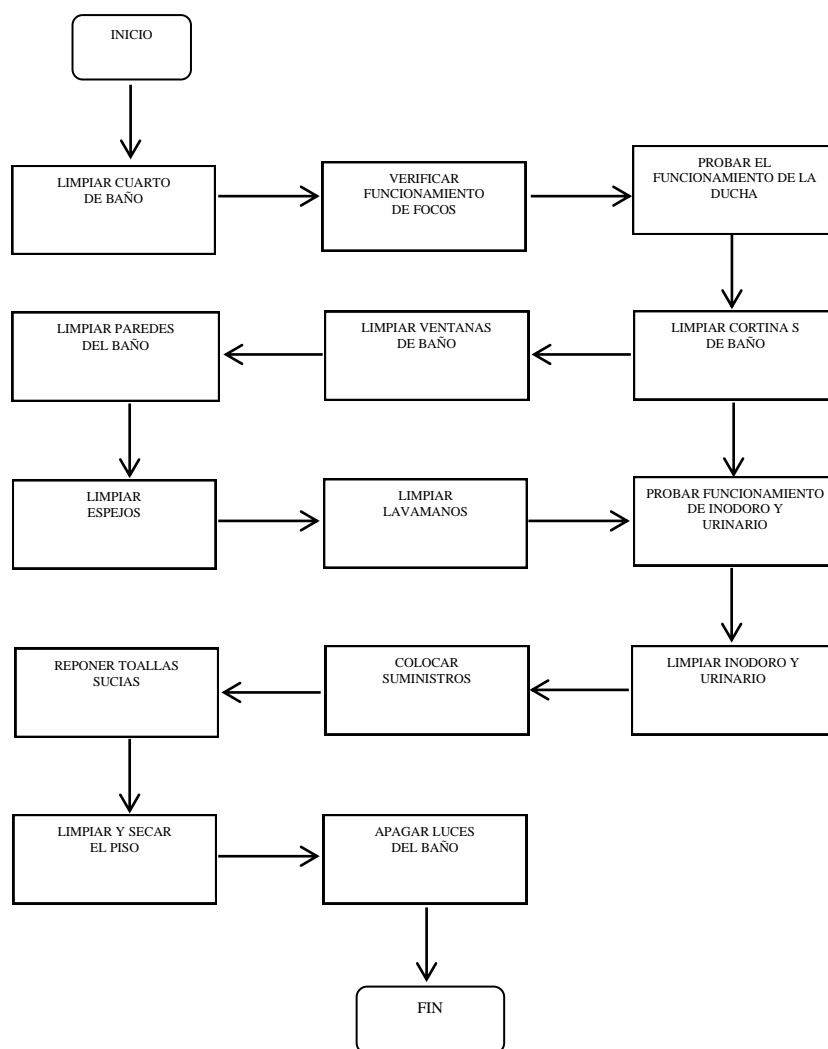


Gráfico N°33: Flujograma del procedimiento para la limpieza del baño

7) Herramientas para la gestión administrativa y operativa del centro de turismo comunitario

Para evaluar la calidad de los servicios, visita y experiencia del visitante se debe llevar fichas de registro a cada uno de los turistas que lleguen al centro, y continuar con la aplicación de las encuestas de satisfacción. Los datos a recabar son instrumentos de monitoreo del proyecto turístico Shayari “Centro de turismo comunitario”, información que sirve para mejorar la calidad de los servicios que ofrece el lugar. Las fichas estarán en dos idiomas español e inglés debido a que la mayoría de extranjeros tienen procedencia estadounidense o dominan este idioma.

Cuadro N°68: Solicitud de reservación vía telefónica

| FICHA DE RESERVACIÓN | | | | | |
|---------------------------------------|-----------|----------------|-------------|---------------------|---------------|
| NOMBRE/EMPRESA | | | | | |
| DIRECCIÓN | | | | | |
| CIUDAD/PAIS | | | | | |
| TELEFONO | | | E-MAIL | | |
| FECHA DE ARRIBO | | | HORA | | |
| PAQUETES | | CODIGO | | Nº DE PAX | OBSERVACIONES |
| | P1 | | | | |
| | P2 | | | | |
| | P3 | | | | |
| | P4 | | | | |
| | OTRO | | | | |
| SERVICIOS | HOSPEDAJE | ALIMENTACIÓN | ACTIVIDADES | GUIANZA | TRANSPORTE |
| | | | | | |
| PRECIO NEGOCIADO: | | FECHA: | | DEPOSITO REQUERIDO: | |
| | | | | | |
| MONTO DEL DEPOSITO | | FECHA RECIBIDA | | | |
| CONFIRMACIÓN | | | FECHA: | | |
| REQUERIMIENTOS Y ARREGLOS ESPECIALES: | | | | | |




Cuadro N°69: Hoja de reservaciones

| HOJA DE RESERVACIONES | | | | | | |
|-----------------------|-------|--------|-----------|--------|---------|--------|
| Mes: | | | | | | |
| | | | | | | |
| Domingo | Lunes | Martes | Miércoles | Jueves | Viernes | Sábado |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| Domingo | Lunes | Martes | Miércoles | Jueves | Viernes | Sábado |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| Domingo | Lunes | Martes | Miércoles | Jueves | Viernes | Sábado |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| Domingo | Lunes | Martes | Miércoles | Jueves | Viernes | Sábado |
| | | | | | | |
| | | | | | | |

Cuadro Nº70: Registro de huéspedes

| REGISTRO DE HUESPEDES | | | | | | | | | |
|---|--|------------------------------------|---|-----------------|---------------------------------------|-----------|--|--|--|
| NOMBRE NAME | | | | | | | | | |
| Nº PASAPORTE/CI ID/PASSAPORT | | | | | | | | | |
| PAIS DE RESIDENCIA ORIGEN CITY | | | | | | | | | |
| FECHA DE NACIMIENTO DATE OF BIRTH | | | | | | | | | |
| PROFESIÓN/OCUPACION PROFESSION/OCUPATION | | | | | | | | | |
| DURACIÓN DE LA ESTADÍA STAY TIME | | | | | | | | | |
| Nº PAX | | TIPO DE HABITACIÓN TYPE OF ROOM | SENCILLA/MATRIMONIAL CABAÑA SIMPLE/MATRIMONIAL CABIN | DOBLE DOUBLE | TRIPLE | CUADRUPLE | | | |
| Nº DE HABITACIÓN | | | | | | | | | |
| MODALIDAD DE VIAJE TYPE OF TRAVEL | | INDEPENDIENTE ALONE | | | AGENCIA DE VIAJES AGENCY OF TRAVEL | | | | |
| FECHA DE INGRESO CHECK IN DATE | | | | | | | | | |
| FECHA DE SALIDA CHECK OUT DATE | | | | | | | | | |
| CONSUMOS | | | | | | | | | |
| OBSERVACIONES | | | | | | | | | |

a) Modelo de encuesta para evaluar la satisfacción de los visitantes

| NUESTROS SERVICIOS |  |  |  |
|--|--|---|---|
| El servicio de transporte que usted recibió fue How was the transport service? | | | |
| A su llegada el personal lo atendió On you arrival the staff treated you? | | | |
| El servicio de alimentación que recibió en el CTC fue How was the food service? | | | |
| El servicio de guianza en el CTC fue How was the tourist guide service? | | | |
| La limpieza en el CTC fue How was the cleanliness of the center? | | | |
| La realización de actividades en el CTC fueron How were the activities? | | | |
| El servicio de alojamiento en el CTC fue How was the accommodation? | | | |
| COMENTARIO: COMMENTS: | | | |
| PARA USO DEL CTC: FECHA: GRUPO: PAQUETE: | | | |

FUENTE: MANUAL DE CALIDAD DE LA FEPTCE, 2006

b) Modelo de ficha de descargo de responsabilidades

| |
|---|
| <p>RENUNCIA DE RESPONSABILIDAD POR PARTE DEL PASAJERO</p> <p>Estoy informado y acepto que los tours que ofrece el Centro de Turismo Comunitario Shayari constituyen experiencias de campo y por lo tanto, implican exposición a diferentes riesgos tales como: accidentes en los trekking, canopy, paseo en la canoa, entre otros. Tengo pleno conocimiento de esto, asumo voluntariamente estos riesgos y acepto que el Centro de Turismo Comunitario Shayari no me provea de un seguro contra accidentes ni evacuación o rescates en casos de emergencias y declaro que llevo un seguro de viaje contratado por mí y que conozco su alcance y condiciones.</p> <p>Libero por este medio, al Centro de Turismo Comunitario de toda responsabilidad por cualquier accidente, daño por herida o lesión, enfermedad o muerte durante el desarrollo de este programa.</p> <p>Firma del pasajero: _____</p> <p>No. De cédula/Pasaporte _____</p> <p>Fecha: _____</p> |
|---|

FUENTE: MANUAL DE CALIDAD DE LA FEPTCE, 2006

c) Modelo de ficha para la prestación de servicio de hospedaje

| |
|---|
| <p style="text-align: center;">ESTIMADO HUÈSPED</p> <ul style="list-style-type: none">● Por favor no botar el papel higiénico en el inodoro, colocar en el basurero.● Por favor ingresar a las habitaciones sin zapatos o botas.● Se le recomienda cerrar la puerta y dejar las llaves en la recepción. El costo por la pérdida de la misma se le recargará a su cuenta.● Por favor no fume en el interior de las habitaciones, hágalo fuera de la misma y coloque las colillas en un cenicero.● La administración ni el personal del Centro no se responsabiliza por cualquier objeto o dinero olvidado en los exteriores de las habitaciones. <p style="text-align: center;">Atentamente,</p> <p style="text-align: center;">Administración Comunitaria</p> |
|---|

FUENTE: MANUAL DE CALIDAD DE LA FEPTCE, 2006

i. Áreas de Capacitación

El programa de capacitación se basó en el estudio realizado por COPO, Maritza, 2010; donde determina la temática que debe contener cada módulo para su desarrollo. A partir de éste, se diseñó el presente programa.

a) Propósito del programa de capacitación

El propósito es mejorar paulatinamente la calidad en la prestación de servicios turísticos al ir adquiriendo destrezas y habilidades en torno a la actividad turística comunitaria desde una perspectiva ecológica y cultural.

i. Necesidades de los participantes

Las áreas prioritarias de capacitación se han determinado en base al análisis de la matriz CPES, análisis de la oferta y determinación del perfil laboral que requiere el CTC donde se especifica los conocimientos que debe tener el colaborador. Las siguientes áreas de capacitación son:

Cuadro N°71: Áreas de capacitación

| ÁREAS | TEMÁTICA |
|--------------------------|--|
| Administración | <ul style="list-style-type: none">• Administración• Marco legal• Contabilidad |
| Alimentación y hospedaje | <ul style="list-style-type: none">• Tecnología de restaurante• Manipulación e higiene de alimentos• Técnica de pisos |
| Guianza | <ul style="list-style-type: none">• Recursos naturales y conservación• Flora y fauna• Guianza |

| | |
|----------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Interpretación y educación ambiental |
| Cultural | <ul style="list-style-type: none"> • Patrimonio cultural • Revalorización cultural |

b) Modalidad de capacitación

La capacitación será llevada en la modalidad presencial desarrollando talleres teórico-prácticos, para satisfacer la necesidad de aprendizaje.

La parte teórico se desarrollará mediante charlas expositivas con el apoyo de materiales escritos y audiovisuales, estudios de casos y discusión plenaria que posibiliten el compartir experiencias e intercambiar ideas acerca de los temas tratados.

La parte práctica se realizará en el campo, utilizando las técnicas de investigación requeridas y adaptadas a cada tema, las mismas que facilitarán la construcción de los conocimientos de forma complementaria a la parte teórica.

c) Lugar de realización

La capacitación se llevará a cabo en el Centro de Operaciones del CTC, debido a que cuenta con las facilidades requeridas.

d) Duración del Curso de Capacitación

Se realizarán 12 talleres de capacitación, llevados a cabo los días domingos, lunes y martes de 09h00 a 17h00 durante tres meses, equivalente a 84 horas de capacitación.

e) Materiales para la capacitación

Los materiales a emplearse están de acuerdo con las temáticas de capacitación para que ayuden en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Se identifican dos tipos de materiales: suministros y técnicos.

Cuadro N°72: Materiales a emplearse en las capacitaciones

| MATERIALES | | | |
|-------------|--------------------------------|----------|---------------------|
| SUMINISTROS | | TÈCNICOS | |
| Cantidad | Detalle | Cantidad | Detalle |
| 3 | Resmas de papel bond | 1 | Cámara fotográfica |
| 25 | Lápices | 2 | Binoculares |
| 25 | Borradores | | Videos, fotografías |
| 25 | Carpetas | Juegos | De ollas |
| 15 | Papelografos | 2 | Juegos de vajilla |
| 1 | Pizarra | 2 | Juegos de cubiertos |
| 4 | Marcadores de tiza líquida | 2 | Vasos |
| 6 | Marcadores de tinta permanente | 2 | Servilletas de tela |
| 1 | Proyector | 2 | Manteles |

f) Evaluación

El desarrollo del proceso de enseñanza y aprendizaje será evaluado mediante pruebas prácticas de las destrezas y habilidades adquiridas por los participantes al final de cada taller.

g) Programa del Curso de Capacitación

El contenido del curso de capacitación se estableció por áreas de funcionamiento y procedimientos.

1) Área de Administración

Cuadro N°73: Módulos de administración, marco legal y contabilidad

| MÓDULO 1: ADMINISTRACIÓN | |
|--------------------------|---|
| Temas a tratar | <ul style="list-style-type: none">• Procesos de administración• Planificación y dirección administrativa |

| | |
|-------------------------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Recursos humanos • Organización administrativa • Control, reportes y seguimiento • Manejo de fichas de descargo, definición de perfil del visitante, satisfacción del visitante. • Sistema de reservaciones • Sistema de registro de visitantes • Elaboración de contratos • Solución de problemas • Políticas y procedimientos generales • La importancia de los códigos de conducta para huéspedes, proveedores, empleados y comunidades. |
| Metodología | Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, estudio de casos y juego de roles. |
| Nº de horas | Teórico: 5 horas Práctico: 1 horas Total: 6 horas |
| MODULO 2: MARCO LEGAL | |
| Temas a tratar | <ul style="list-style-type: none"> • Actividades turísticas en el Ecuador • Requisitos para legalizar los centros de turismo comunitario |
| Metodología | Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos, estudios de casos y discusión plenaria. |
| Nº de horas | Teórico: 3 horas Práctico: 1 horas Total: 4 horas |
| MÓDULO 3: CONTABILIDAD | |
| Temas a tratar | <ul style="list-style-type: none"> • Conceptos básicos • Elaboración de inventarios • Emisión y manejo de recibos, facturas, notas de venta. • Elaboración de proceso contable • Elaboración de estados financieros • Llenado de formularios y forma de declaración de impuestos • Elaboración de roles de pago de agua, luz, teléfono, suministros, etc. |
| Metodología | Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos, práctica |
| Nº de horas | Teórico: 6 horas Práctico: 8 horas Total: 14 horas |
| Nº total de horas | 24 horas |

2) Área de Alimentación y Alojamiento

Cuadro N°74: Módulos de tecnología de restaurante y manipulación e higiene de alimentos

| MÓDULO: 1 TECNOLOGÍA DE RESTAURANTE | |
|--|---|
| Temas a tratar | <ul style="list-style-type: none"> • Estilos de servicio • Uso y mantenimiento de lencería y menaje para el servicio de alimentos y bebidas • Montaje de mesas para desayuno, menú y carta • Recepción y toma de comando a clientes |
| Metodología | Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos, práctica. |
| Nº de horas | Teórico: 2 horas Práctico: 5 horas Total: 7 horas |
| MÓDULO 2: MANIPULACIÓN E HIGIENE DE ALIMENTOS | |
| Temas a tratar | <ul style="list-style-type: none"> • Salubridad de la comunidad • Higiene del manipulador • Limpiar y desinfectar |
| METODOLOGÍA | Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y práctica |
| Nº de horas | Teórico: 2 horas Práctico: 5 horas Total: 7 horas |
| MÓDULO 3: TÉCNICAS DE PISOS | |
| Temas a tratar | <ul style="list-style-type: none"> • Importancia de la higiene personal • Usos de materiales y equipos • Herramientas de limpieza e insumos • Uso de productos • Procedimiento de limpieza de habitaciones • Planteamiento de problemas • Atención de huéspedes • Control de blancos • Calidad de servicio |
| Metodología | Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos, práctica |
| Nº de horas | Teórico: 3 horas Práctico: 7 horas Total: 10 horas |
| Nº total de horas | 24 horas |

3) Área de Guianza

Cuadro N°75: Módulos de recursos naturales, conservación, flora, fauna, guianza e interpretación y educación ambiental

| MÓDULO 1: RECURSOS NATURALES Y CONSERVACIÓN | |
|---|---|
| Temas a tratar | <ul style="list-style-type: none"> • Ecología • Los recursos naturales • Los seres vivos y sus interrelaciones • Ecosistemas • Biodiversidad • Ciclos de la naturaleza <ul style="list-style-type: none"> • La contaminación • Impactos ambientales generados por la actividad turística |
| Metodología | Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos, prácticas de campo |
| Nº de horas | Teórico: 4 horas Práctico: 2 horas Total: 6 horas |
| MÓDULO 2: FLORA Y FAUNA | |
| Temas a tratar | <ul style="list-style-type: none"> • Flora representativa de la zona • Fauna representativa de la zona |
| Metodología | Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, prácticas de campo. |
| Nº de horas | Teórico: 2 horas Práctico: 4 horas Total: 6 horas |
| MÓDULO 3: GUIANZA | |
| Temas a tratar | <ul style="list-style-type: none"> • Técnicas de guiar • Atención a grupos • Técnicas de animación • Protocolo • Relaciones públicas |
| Metodología | Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y prácticas de campo con juego de roles |
| Nº de horas | Teórico: 2 horas Práctico: 4 horas Total: 6 horas |
| MÓDULO 4: INTERPRETACIÓN Y EDUCACIÓN AMBIENTAL | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • La educación ambiental • La interpretación ambiental |

| | |
|-------------------|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Principios de la interpretación y educación ambiental • Medios interpretativos • Técnicas de comunicación y expresión |
| Metodología | Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos, prácticas de campo |
| Nº de horas | Teórico: 3 horas Práctico: 3 horas Total: 6 horas |
| Nº total de horas | 24 horas |

4) Área Cultural

Cuadro N°76: Módulo de patrimonio cultural y revalorización cultural

| MÓDULO: PATRIMONIO CULTURAL | |
|--|---|
| Temas a tratar | <ul style="list-style-type: none"> • Definición de cultura • Concepto de patrimonio cultural • Clasificación del patrimonio • Patrimonio tangible • Patrimonio intangible • Situación actual del patrimonio cultural en el Ecuador • Importancia de conservar el patrimonio cultural • Turismo cultural |
| Metodología | Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos, práctica. |
| TALLER: REVALORIZACIÓN CULTURAL | |
| Temas a tratar | <ul style="list-style-type: none"> • Identificación de las manifestaciones culturales • Descripción de la técnica aplicada para la realización de actividades • Socialización |
| Metodología | Charlas expositivas, dinámicas de conocimiento, práctica |
| Nº de horas | Teórico: 7 horas Práctico: 5 horas Total: 12 horas |
| Nº total de horas | 12 horas |

h) Presupuesto para las áreas de capacitación

Cuadro N°77: Presupuesto para las áreas de capacitación

| DETALLE | UNIDAD | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL |
|----------------------------|---------|----------|----------------|----------------|
| Capacitadores | Hora | 86 | 27,00 | 2322,00 |
| Certificados | Persona | 25 | 3,50 | 87,50 |
| Alimentación | Persona | 308 | 3,00 | 924,00 |
| Materiales | Persona | 25 | 5,00 | 125,00 |
| Movilización capacitadores | Persona | 22 | 2,50 | 55,00 |
| | | | TOTAL | 3513,50 |

j. Definición de proyectos complementarios

1) Proyecto de Implementación de huertas orgánicas familiares para el abastecimiento interno y externo de hortalizas, verduras, legumbres y frutas

El sitio donde está la comunidad Shayari, es un sector que se dedica a la siembra de cacao y plátano, esta actividad la realizan tanto colonos como kichwas pero no existen cultivos de hortalizas, verduras y legumbres, motivo por el cual estos productos se adquieren en la ciudad de Cascales. Debido a esta circunstancia se propone la implementación de huertas familiares que puedan abastecer de hortalizas, verduras, legumbres y frutas a la comunidad y sus alrededores dando opción a complementar la dieta alimenticia con alimentos 100% orgánicos que son fuentes de vitamina A, C, B, D, E, que permiten mantener al cuerpo humano saludable de esta manera se demuestra al turista que su salud también es importante para el centro de turismo comunitario.

Otra característica interesante del proyecto es que se mantendrán las prácticas agrícolas ancestrales, acciones de bajo impacto que permitirán ser amigables con el ambiente.

Esta propuesta de proyecto es una alternativa de trabajo que será otra fuente de ingreso económico para los socios de la comunidad. En el anexo 07 se detalla el perfil del proyecto.

E. Plan de negocios para la comercialización del producto turístico comunitario

1. Análisis del mercado

La OMT, en su informe señala que en el año 2010 se ha recibido 935 millones de llegadas turísticas internacionales en todo el mundo, siendo los países emisores de mayor gasto China, Rusia, Arabia Saudita y Brasil. Mientras las primeras previsiones para el año 2011 de la Organización Mundial de Turismo (OMT) sobre la evolución del turismo, esperan un mayor crecimiento en los países de Oriente Medio y Asia (entre un 7 y 10 por ciento), mientras que el incremento estimado en Europa es de entre un 2 y un 4 por ciento. Según el Departamento de Estadísticas del Ministerio de Turismo de Ecuador el incremento turístico fue de un 13,91% y entre los principales mercados emisores están Estados Unidos (21,16%), Colombia (20,49%) y Perú (16,03%), en menor porcentaje se encuentra España (4,66%), Alemania (2,39%), Gran Bretaña (1,84%) y Francia (1,62%). De acuerdo al Barómetro turístico de Ecuador volumen N°1, el 21,01% de los turistas tienen preferencias en adquirir un producto de turismo cultural; el 14,96% realiza ecoturismo y turismo de naturaleza; un 6,38% viene por turismo de deportes y aventura y el 4,95% realiza turismo de sol y playa. El internet es el medio de información de mayor uso por lo que se recomienda al CTC crear una página web propia para que pueda promocionar y comercializar los paquetes turísticos. Tanto turistas nacionales como extranjeros en un 85% muestran interés en realizar turismo comunitario lo que significa que existe un mercado amplio para comercializar el producto.

a. Identificación de los nichos de mercado

Para el CTC “Shayari” los nichos de mercado son los siguientes: turistas extranjeros de USA, Gran Bretaña, Alemania, Holanda, Canadá, España y Francia; que tienen edades de entre 15 a 47 años.

Mientras que los nichos de mercado nacional son estudiantes de educación básica y bachillerato de la ciudad de Lago Agrio que comprenden edades de entre 10 a 18 años.

2. **Análisis del producto**

Es importante analizar el producto que se va a ofertar para lo cual se debe conocer que ventajas competitivas posee.

a. Ventajas competitivas.- son las capacidades fundamentales o factores que posicionan en el mercado a una organización o empresa. De acuerdo al diseño del producto turístico comunitario que oferta el CTC Shayari. Este se diferencia de los otros centros por los siguientes elementos:

- **Eficiencia:** el compromiso y responsabilidad de los socios que conforman el CTC permite una organización estructural fortalecida la cual se refleja en la coordinación de las diferentes áreas lo que lleva a optimizar el tiempo de operación en las actividades cumpliendo a cabalidad con las mismas. El estar afiliado a la CORTUS le brinda una agilidad en los procesos de negociación y comercialización.
- **Calidad:** los productos que ofrece el centro están diseñados de acuerdo a las necesidades del turista por lo que se establecen actividades programadas que dan mayor confiabilidad al visitante al dar a conocer que su tiempo lo aprovechará al máximo. Esto evidencia un servicio eficiente pero cuando se habla de bienes, en infraestructura falta adecuar ciertos espacios para alcanzar la calidad total. Estableciendo estrategias de gestión para la obtención de recursos para el mejoramiento de infraestructura mejorara sin lugar a duda la calidad de los bienes y servicios.
- **Innovación:** las actividades de cada paquete están programadas según los requerimientos del turista, pero eso no impide dar un agregado al mismo donde pueda acceder a la convivencia cotidiana con la comunidad, experiencias de vida únicas que van más allá de una visita pues el turista tiene la opción de interactuar en tareas como preparar el maito, chicha

de yuca y en días festivos o de cosecha elaborar la chicha de chonta. Estas características hacen del producto original e innovador.

- **Servicio al cliente:** al turista se le proporciona exactamente lo que desea en el momento que lo requiera, bajo esta denominación los socios del CTC trabajan en entregar lo mejor de sí buscando la satisfacción del visitante, el don de gente y la calidez humana que reciben las personas que visitan Shayari hace que recomienden a familiares y amigos. Es necesario mantener las encuestas de satisfacción para fortalecer la calidad en el servicio al cliente. A diferencia de otros centros o sitios que no llevan mucho tiempo en turismo comunitario no desarrollan esta estrategia pues el CTC Shayari es pionero en la provincia de Sucumbíos en esta modalidad de turismo por lo que se mantiene en el proceso de mejoramiento llevando ventaja sobre los demás.

b. Administración del negocio

La administración del CTC Shayari se encuentra bajo la dirección del Sr. Guillermo Vargas y la estructura organizativa se divide en cuatro áreas que se describe en el siguiente organigrama.

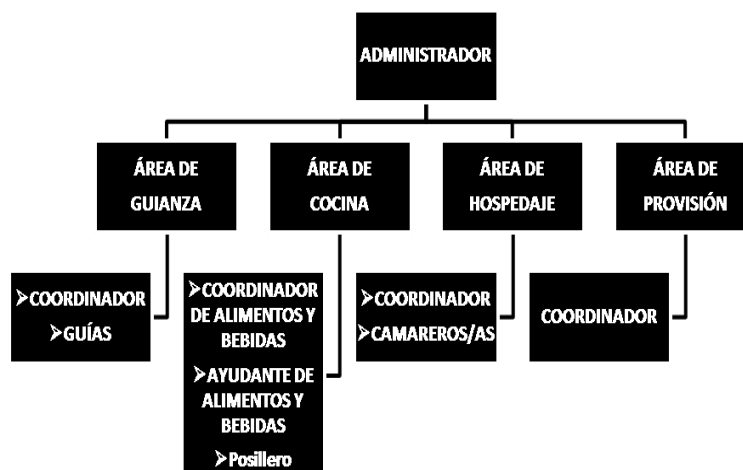


Gráfico N°34: Organigrama del CTC Shayari

De acuerdo al organigrama administrativo el personal tiene las siguientes cargos:

Cuadro N°78: Cargos, funciones y sueldos

| N° | CARGO | FUNCIONES | SUELDO MENSUAL | SUELDO ANUAL |
|--------------|------------------------------------|---|------------------|--------------------|
| 01 | Administrador | Direcciona, organiza y planifica actividades | 300,00 | 3600,00 |
| 01 | Coordinador de guías | Coordina y planifica las actividades que se desarrollan durante el tour | 264,00 | 3168,00 |
| 01 | Coordinador de alimentos y bebidas | Coordina la preparación de los menús, mantiene el orden en la cocina | 264,00 | 3168,00 |
| 01 | Ayudante de cocina | Ayuda con la preparación de los alimentos y limpieza de la cocina | 264,00 | 3168,00 |
| 01 | Mesero | Sirve los alimentos preparados, toma el pedido y mantiene el orden del comedor | 264,00 | 3168,00 |
| 02 | Camarero | Mantiene la limpieza de las habitaciones y baños | 528,00 | 6336,00 |
| 01 | Coordinador provisiones | Se encarga de comprar los productos que requiere el centro a los proveedores más convenientes | 264,00 | 3168,00 |
| TOTAL | | | \$2148,00 | \$25.776,00 |

c. Planificación estratégica

i. Análisis FODA

Para la planificación estratégica se realizó un taller participativo con la comunidad donde se identificaron las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que tiene el CTC, obteniendo el siguiente resultado:

Cuadro N°79: Análisis FODA

| FORTALEZAS | AMENAZAS |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Organización y colaboración de los todos los integrantes que conforman el CTC • Amabilidad y hospitalidad • Belleza paisajística de la laguna Moretecocha • Proceso de revalorización del Patrimonio Cultural Kichwa • Rescate y conservación de fauna silvestre | <ul style="list-style-type: none"> • Caza de animales silvestres por parte de los colindantes en áreas del bosque protector Shayari • Tala indiscriminada • Derrumbes en el camino, por las fuertes lluvias en época de invierno, este tipo de problema dificulta la accesibilidad al CTC • Vías en mal estado debido a factores climáticos • Migración de los habitantes de la comunidad hacia la urbe |
| DEBILIDADES | OPORTUNIDADES |
| <ul style="list-style-type: none"> • Falta de agua en las duchas y baterías sanitarias en época de verano • Falta de material publicitario que promocióne solo el CTC • Inexistencia de un logo • No contar con una página web del CTC • Falta de prácticas y rituales ancestrales • Deficiencia de idiomas en guías y personal del CTC | <ul style="list-style-type: none"> • Apoyo del Consejo Provincial de Sucumbíos a través del Departamento de Turismo en capacitaciones turísticas • Apoyo de ONG,S como son: CEFA, PPD,FFPP,FONAKISE en proyectos para mejoramiento de infraestructura y capacitación en turismo, artesanías y agropecuaria • Ser parte de la CORTUS (Corporación de turismo comunitario de Sucumbíos) • Financiamiento en la construcción y mejoramiento de la cocina y comedor por parte de CEFA |

| | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Dificultad para captar nuevos clientes • Falta de un acuerdo con la comunidad madre (Comuna Pastaza) para llegar a formular un convenio que permita el ingreso con turistas a la laguna Moretecocha | |
|--|--|

Con el análisis FODA se han establecido las estrategias que permitan una planificación adecuada para la toma de decisiones eficientes y acertadas.

ii. Estrategias FO-DO (fortaleza-oportunidad/debilidad oportunidad)/DA-FA (debilidad-amenaza/fortaleza-amenaza)

Cuadro N°80: Estrategias FO-DO/DA-FA

| FORTALEZAS – OPORTUNIDADES | DEBILIDADES - OPORTUNIDADES |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Fortalecimiento en el aspecto socio organizativo • Revalorización cultural • Mantener la amabilidad y hospitalidad entre el personal y los turistas • Conservar y proteger la belleza paisajística de la laguna mediante programas de educación ambiental y manejo de recursos naturales • Crear un logo que identifique al CTC • Crear una página web del CTC • Capacitar el personal en el | <ul style="list-style-type: none"> • Diseñar un sistema de almacenamiento de agua para la época de verano • Buscar financiamiento para la elaboración de material publicitario • Gestionar el financiamiento ante entidades públicas y privadas para la construcción de un sistema de almacenamiento de agua para uso de la comunidad |

| idioma inglés | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> Diseñar un plan de marketing | |
| DEBILIDADES – AMENAZAS | FORTALEZAS - AMENAZAS |
| <ul style="list-style-type: none"> Establecer un programa de revalorización de las prácticas y rituales ancestrales para su recuperación y difusión Gestionar con la CORTUS para que en ferias de turismo asista por lo menos un representante del CTC Shayari | <ul style="list-style-type: none"> Mantener el apoyo de instituciones gubernamentales y no gubernamentales Mantenerse en los programas de capacitación que otorga el MINTUR a través de la Dirección de Turismo de Sucumbíos así como las diferentes ONG,s que apoyan al CTC Denunciar oportunamente la tala y caza indiscriminada a la Dirección de ambiente de Sucumbíos y exponer el caso al presidente de la comunidad para que de seguimiento al proceso En caso que la vía se encuentre obstaculizada por derrumbes o en mal estado el delegado de la comunidad deberá gestionar inmediatamente en el Municipio de Cascales para que proceda a retirar el material con la maquinaria necesaria |

Mediante el análisis FODA se han establecido las bases para definir la misión y visión del centro de turismo comunitario.

iii. Misión.- El Centro Turístico Comunitario Shayari tiene como finalidad mejorar la calidad de vida de los socios y sus familias a través del turismo, comercializando un producto turístico comunitario que cumpla las expectativas de los turistas nacionales y extranjeros que les permita llevarse una experiencia de vida diferente al conocer y valorar una cultura y medio natural diferente.

iv. Visión.- Los socios que integran el Centro de Turismo Comunitario “Shayari”, en el año 2015 a través de la operación turística buscan el desarrollo de su comunidad en el ámbito socioeconómico

donde sus pobladores puedan acceder a la educación y salud y de esta forma contar con entes capacitados para direccionar en un futuro cercano pequeñas empresas, incluyendo a la actual, las mismas que serán generadoras de empleo.

v. Objetivos estratégicos

- **Corto:** Mejorar los procesos de la operación turística para llegar a la excelencia del servicio.
- **Mediano:** Incrementar las ventas captando mayor número de turistas tanto nacionales como extranjeros.
- **Largo plazo:** Posicionar en el mercado turístico al Centro Turístico Comunitario Shayari como un destino cultural y natural a nivel nacional e internacional.

3. Plan de marketing y ventas

El plan de marketing va a ser una herramienta de gestión para determinar las estrategias a seguir en tiempo y costo para lograr el mayor impacto posible en los turistas. Estas se basarán en los siguientes componentes: producto, precio, plaza y promoción.

1. Estrategias del producto

a) Estandarización del producto.- Se sugiere estandarizar el producto para que mantenga un mismo lineamiento y la presentación de este se vuelva más atractiva para el turista. La estandarización se deberá realizar en las siguientes áreas: Infraestructura, hospedaje alimentación y operación.

2) Estandarización del hospedaje



El CTC debe equiparar de igual forma en todas las habitaciones y cumplir con los estándares de calidad propuestos por la FETPCE para ofrecer un producto turístico de calidad por lo que se recomienda adquirir la lencería y muebles necesarios que se detallan anteriormente para lograr la estandarización en el hospedaje. Los amenities que se disponen en el baño deben llevar el logo del CTC.

3) Estandarización de la alimentación

Es importante manipular los alimentos de manera adecuada para brindar seguridad alimentaria al observar que estos son bien preparados y se sujetan a las normas de higiene debidas los turistas tendrán la confianza de degustar la comida que se ofrece lo que le hace al producto más atractivo por lo que se debe ser constante en capacitaciones de gastronomía para alcanzar el equilibrio nutritivo en la elaboración de los menús pues si se ofrece una alimentación balanceada con ingredientes 100% orgánicos se está ofreciendo salud al turista y se demuestra que para el CTC no solo es un cliente sino un ser humano que nos interesa su bienestar. Es interesante que el turista pueda disfrutar de platos típicos sin embargo se requiere extender la gama de menús por lo que se debe innovar los mismo con ingredientes de fácil adquisición y elaborar otros para visitantes vegetarianos. Es inminente capacitar a las personas encargadas de elaborar la comida con técnicas para decorar y “gourmetizar” a los platos para que éstos tengan la mejor apariencia posible. En caso de que no deseen los jugos se debe disponer de gaseosas o agua con gas y sin gas. No olvidar que la comida se debe servir en una

sola vajilla y un solo modelo de cubiertos y vasos. El coordinador de cocina debe verificar que estos se encuentren en buen estado y reponer los que estén deteriorados. Para que el turista pueda verificar la higiene en la preparación de los alimentos la cocina debería ser abierta para generar confianza en este. Este detalle se debe tomar en cuenta al momento de construir el nuevo comedor y cocina. Al seguir estas prácticas sin lugar a duda incrementará el valor percibido por cada paquete.



4) Estandarización de la operación

Al realizar la operación turística el personal debe llevar un uniforme este puede ser una camiseta donde se identifique el logo del CTC, es indispensable que el centro cuente con este porque a través de esta manera se consigue a mediano y largo plazo posicionar el producto en el mercado además de diferenciarse de otros centros comunitarios. Los guías son la imagen del CTC además de pasar la mayor parte del tiempo con los turistas por lo que estos deberán siempre llevar la camiseta y una gorra con el logo. Para cada área debe existir un uniforme adecuado donde lleve el logo ya sea estampado o bordado. Se debe procurar que personal se encuentre con la vestimenta adecuada para cada actividad debido a que se debe proteger su integridad como es el caso de la cocina se recomienda usar calzado deportivo con suela de goma para no resbalarse o en caso de romperse un plato o vaso no se lastimen los pies. Esto demuestra la capacitación constante del personal para mejorar la calidad y una organización fortalecida que permite una operación satisfactoria lo que significa un cumplimiento eficiente en cada actividad que el turista realice dándole la garantía de que aprovechará al máximo su tiempo.

b) Implementación de actividades complementarias

El CTC cuenta con recursos naturales de interés pero no se han explotado algunos atractivos turísticos como son los ríos Valerio. En el río Valerio se puede navegar en canoa y en el trayecto se apreciaría los maravillosos parajes del bosque tropical húmedo hasta llegar a la laguna Moretecocha y el río negro donde se puede desarrollar la práctica del tubing.

Actualmente al turista se lo lleva a la laguna y se realiza un paseo en canoa que bordea la misma y tiene una duración de 1 hora.

En lo que respecta al recurso cultural se debe integrar al turista en ciertas manifestaciones culturales como son: recolección de yuca en las chacras, elaboración de artesanías, participación en festividades de la comunidad, elaboración de comida tradicional: preparación de chicha y maito.

2. Estrategias de Precio

Para captar mayor número de turistas e incrementar las ventas se debe fijar un precio estable de los paquetes turísticos los mismos que se deben mantener y respetar al momento de su comercialización se propone otorgar un 10% del valor neto a las agencias u operadoras turísticas por la venta de cada paquete a continuación se detalla una tabla de tarifarios y comisiones.

Cuadro N°81: Tarifario y comisiones por paquete

| PAQUETES | PRECIO | COMISIÓN | PRECIO | COMISIÓN | PRECIO | COMISIÓN | PRECIO | | | | | |
|--|-------------|----------|-------------|----------|-------------|----------|--------|--------------|--------|--------------|--------|--------------|
| | 21 a 30 pax | 10% | 16 a 20 pax | 10% | 10 a 15 pax | 10% | 9 pax | COMISIÒN 10% | 6 pax | COMISIÒN 10% | 3 pax | COMISIÒN 10% |
| En busca del oatzin | 109,57 | 9,96 | 116,7 | 10,6 | 134,67 | 12,24 | 128,7 | 11,7 | 149,68 | 13,61 | 208,36 | 18,94 |
| Así es el pueblo kichwa | 150,37 | 13,67 | 158,9 | 14,44 | 168,8 | 15,35 | 155,32 | 14,12 | 175,09 | 15,92 | 230,51 | 20,96 |
| Caminando a la selva | 19,67 | 1,59 | 21,68 | 1,76 | - | - | 191,08 | - | - | - | - | 15,51 |
| Conociendo la cultura de los kichwas del oriente | 65,13 | 5,29 | 67,18 | 5,46 | 69,35 | 5,63 | - | - | - | - | - | - |

La estructura de costos de los paquetes en Busca del oatzin y Asi es la cultura kichwa se encuentra en Anexo

Los precios de venta al público ya están incluidos el 12% del IVA. El turista no tiene que pagar ningún otro valor por la adquisición del paquete.

a) **Gratuidades:** en los meses de temporada baja para captar mayor número de turistas se debe conceder por cada 10 personas una gratuidad y en casos de grupos de estudiantes el profesor guía, dirigente o encargado no paga más una gratuidad por un mínimo de 10 personas. Esta gratuidad se debe recalcar especialmente en los meses de menor afluencia turística. En caso de niños menores de 4 años no pagan el alojamiento pero si la alimentación.

b) **Promociones y descuentos:** ofrecer precios especiales a grupos de 25 a 30 personas con un descuento del 10% en caso de que la venta lo haga directamente el CTC.

Por la venta de 3 paquetes mensuales que efectuó el agente vendedor de la agencia u operadora turística de las opciones Paquetes: CS02, EBO03 y CCKO04; se debe asignar 2 pases de cortesía por 2 días y una noche en el CTC Shayari, los que podrá canjearlos en cualquier época del año dependiendo de la disponibilidad de ocupación de alojamiento del CTC, a su vez este palpará los servicios que oferta el producto y con seguridad dará excelentes referencias del mismo.

3. Estrategias de plaza

Según el estudio y análisis de mercado, el segmento que persigue el CTC son extranjeros provenientes de América del Norte y Europa, teniendo como nichos de mercado a turistas de USA, Gran Bretaña, Alemania, Holanda, Canadá, España y Francia. Mientras que los nichos de mercado nacional son estudiantes de educación básica y de bachillerato de la ciudad de Lago Agrio pero se debe considerar a estudiantes universitarios/as de la misma ciudad y de Quito. Otra plaza para ofertar el producto son los profesionales con preferencias de turismo de naturaleza, cultural y de aventura procedentes en su mayoría de las provincias de Pichincha, Tungurahua y Chimborazo. Por lo que se recomienda promocionar el producto a las ciudades de Quito, Ambato y Riobamba, para lo cual el material publicitario se debe distribuir en los centros de información turística, en las direcciones de escuelas de turismo y en agencias de viajes y operadoras turísticas; instituciones con las cuales se proponen alianzas estratégicas que permitan la ampliación de la plaza.

4. **Estrategias de promoción**

Las estrategias de promoción deben estar enfocadas a dar a conocer el producto para que a su vez este se posicione en el mercado razón por la cual el mensaje a construir debe ser claro y preciso que permita promover los diferentes paquetes turísticos que oferta el CTC. Las acciones a seguir en este caso se plantean en 2 áreas que son la de comercialización y comunicación y publicidad.

Cuadro N°82: Estrategias de comercialización

| ESTRATEGIA | TÁCTICA | OBJETIVOS | MECANISMO | TARGET |
|-----------------------|--|---|--|---|
| Venta Directa | <ul style="list-style-type: none"> • Venta directa del producto desde la comunidad a los turistas que lleguen al lugar o con quienes tengan contacto • Participación activa en ferias y eventos de turismo local, nacional e internacional a través de la CORTUS • Vía internet | <ul style="list-style-type: none"> • Vender el producto a turistas cuya intención sea realizar ecoturismo, turismo comunitario | <ul style="list-style-type: none"> • Contacto personal entre vendedor y comprador. • Disponer de material publicitario e información del producto y servicios a ofertarse • Acudir a ferias de turismo con stands para exponer el producto a través de la CORTUS • Concretar la venta y seguimiento de la venta. | <ul style="list-style-type: none"> • Turistas nacionales y extranjeros que llegan a Lago Agrio • Extranjeros que permanecen en la ciudad de Quito |
| Intermediación | <ul style="list-style-type: none"> • Disposición del producto a agencias de viajes y tour operadoras internacionales | <ul style="list-style-type: none"> • Incrementar la cuota de mercado internacional | <ul style="list-style-type: none"> • Establecer alianzas con agencias y tour operadoras a través de visitas • Presentar el producto a través de fam trips • Establecer acuerdos comerciales como: comisiones, forma de pago, descuentos, política de reservación y cancelación | <ul style="list-style-type: none"> • Agencias de viaje y tour operadoras |

Cuadro N°83: Estrategias de comunicación y publicidad

| TIPO DE PUBLICIDAD | DETALLE | POLITICA DE FUNCIONAMIENTO | TARGET | PRESUPUESTO ANUAL |
|--------------------------------|--|---|--|-------------------|
| A. COMUNICACIÓN | | | | |
| Presentaciones multitudinarias | Participación en ferias de turismo como: Verde País, FITE, BITE, entre otros. | Alquilar de stands para información de los servicios y beneficios del producto turístico comunitario a través de la danza, gastronomía y música | Asistentes que acuden a estas ferias y empresas dedicadas a la actividad turística | 1500,00 |
| Televisión | Reportajes en TV nacional dedicados a promocionar turísticamente el Ecuador | Establecer alianzas y acuerdos con los diferentes programas o espacios de TV que se dedican a difundir atractivos turísticos del país | Población de las ciudades de Quito, Ambato y Riobamba | 140,00 |
| Internet | Crear una página web donde se de a conocer la oferta turística del CTC Shayari | Realizar actualizaciones periódicas tanto de los servicios como de los paquetes y ofertas del CTC | Turistas que buscan destinos a través del internet | 400,00 |
| | Mantenimiento de la página web | | | |
| Revistas | Publicación del producto en guías del cantón y de la provincia | Distribución en los principales lugares turísticos del Ecuador | Población que recorre el país | 0,00 |
| Imagen Corporativa | Tarjetas de presentación | Será de uso interno y todo el material del CTC deberá tener la marca logo | Uso interno | 12,00 |
| | Fichas | | | 14,00 |
| | Hojas | | | 14,00 |

| B. PUBLICIDAD | | | | |
|---------------|---|--|-----------------------------------|------------------|
| Trípticos | Se imprimirán 1000 unidades para todo el año a full color en tamaño A4 en papel cauché con brillo | Se distribuirá en los lugares de mayor afluencia turística como: centros de información turística, hoteles, aeropuertos (Anexo 08) | Turistas nacionales y extranjeros | 280,00 |
| Banners | 2 banners de 2m x 0,60 donde se presentará los servicios que ofrece el CTC | Estos se colocarán en la entrada del CTC y el otro se exhibirán en ferias de turismo | Uso interno | 320,00 |
| | | | TOTAL | \$2680,00 |

d. Evaluación económica y financiera

1) Resumen de inversiones

Cuadro N°84: Resumen de inversiones

| RUBROS | INVERSION REALIZADA | INVERSION POR REALIZAR | TOTAL INVERSION |
|---|------------------------|---------------------------|---------------------|
| INVERSIONES FIJAS | | \$11.825,85 | \$11.825,85 |
| Máquinas y equipos | | 2.548,69 | 2.548,69 |
| Edificaciones y construcciones | 50.000,00 | - | - |
| Equipo de Computación | | 1.616,12 | 1.616,12 |
| Muebles y enseres | | 2.544,00 | 2.544,00 |
| Accesorios | | 1.964,00 | 1.964,00 |
| Señalética turística | | 2.215,98 | 2.215,98 |
| Equipos de camping | | 937,06 | 937,06 |
| ACTIVOS DIFERIDOS | | \$37.601,08 | \$37.601,08 |
| Gastos de publicidad/comercialización (preoperativos) | | 2.680,00 | 2.680,00 |
| Gastos del plan de revitalización | | 31.212,58 | 31.212,58 |
| Gastos de capacitación | | 3.708,50 | 3.708,50 |
| CAPITAL DE TRABAJO | | \$5.242,93 | \$5.242,93 |
| Materia prima | | 200,20 | 200,20 |
| Materiales e insumos | | 234,12 | 234,12 |
| Mano de obra | | 2.808,61 | 2.808,61 |
| Caja y bancos | | 2.000,00 | 2.000,00 |
| TOTAL | | \$54.669,85 | \$ 54.669,85 |

2) Estructura de ingresos

Cuadro N°85: Estructura de ingresos

| CONCEPTO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Conociendo la cultura de los kichwas del oriente | 9.534,86 | 10.202,30 | 10.916,46 | 11.680,62 | 12.498,26 |
| Caminando a la selva | 2.465,84 | 2.638,45 | 2.823,15 | 3.020,77 | 3.232,22 |
| En busca del oatzin | 15.449,39 | 16.530,85 | 17.688,01 | 18.926,17 | 20.251,00 |
| Así es el pueblo Kichwa | 35.333,29 | 37.806,62 | 40.453,09 | 43.284,80 | 46.314,74 |
| TOTAL INGRESOS | \$62.783,40 | \$67.178,23 | \$71.880,71 | \$76.912,36 | \$82.296,22 |

La estructura de ingresos se establece en la proyección de turistas extranjeros y estudiantes. Donde el flujo turístico influye en la proyección de ventas que van de acuerdo a la demanda objetivo que se desea captar. Porcentaje que se menciona en el estudio de mercado.

3) Proforma de resultados

Cuadro N°86: Estado de proforma de resultados

| RUBROS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|-----------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Ventas netas | 62.783,40 | 67.178,23 | 71.880,71 | 76.912,36 | 82.296,22 |
| - Costos de producción | 32.647,41 | 34.919,61 | 37.350,87 | 39.952,31 | 42.735,85 |
| = Utilidad Bruta | \$30.135,98 | \$32.258,62 | \$34.529,84 | \$36.960,05 | \$39.560,37 |
| - Costos de administración | 20.157,72 | 20.909,69 | 21.714,29 | 22.575,21 | 23.496,40 |
| - Costo de ventas | 2.680,00 | 2.680,00 | 2.680,00 | 2.680,00 | 2.680,00 |
| = Utilidad Operativa | 7.298,26 | 8.668,94 | 10.135,56 | 11.704,84 | 13.383,98 |
| = UTILIDAD NETA | \$4.652,64 | \$5.526,45 | \$6.461,42 | \$7.461,84 | \$8.532,29 |

4) Balance general

Cuadro N°87: Balance general

| DETALLE | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 |
|---------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Activo corriente (capital de trabajo) | 18.214,35 | 4.101,31 | 27.290,78 | 51.415,22 |
| Activo fijo | 11.825,85 | 11.825,85 | 11.825,85 | 11.825,85 |
| Depreciación acumulada | | 9.602,80 | 19.205,60 | 28.808,41 |
| Ac. diferi (valor anual de amort) | 40.301,08 | 32.240,86 | 24.180,65 | 16.120,43 |
| TOTAL DE ACTIVOS | \$33.912,58 | \$38.565,22 | \$44.091,67 | \$50.553,09 |
| Patrimonio | 33.912,58 | 33.912,58 | 38.565,22 | 44.091,67 |
| UTILID.EJERCICIO (Utilidad neta) | | 4.652,64 | 5.526,45 | 6.461,42 |
| TOTAL PASIVO + PATRIMONIO | \$33.912,58 | \$38.565,22 | \$44.091,67 | \$50.553,09 |

5) Flujo de caja

Cuadro N°88: Flujo de caja

| RUBROS | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--|----------|-------------------|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| INGRESOS | | 62.783,40 | 67.178,23 | 71.880,71 | 76.912,36 | 82.296,22 |
| VALOR SALVAMENTO | | | | | | 5.190,33 |
| COST. DE PRODUC. | | 32.647,41 | 34.919,61 | 37.350,87 | 39.952,31 | 42.735,85 |
| GAST. DE ADMINIST. | | 20.157,72 | 20.909,69 | 21.714,29 | 22.575,21 | 23.496,40 |
| GASTOS COMERCIAL | | 2.680,00 | 2.680,00 | 2.680,00 | 2.680,00 | 2.680,00 |
| AMORTI. DE ACTIV. DIFERIDOS | | 9.602,80 | 9.602,80 | 9.602,80 | 9.602,80 | 9.602,80 |
| UTI. ANTES DE REPART. UTILID. E IMPUESTOS | | \$7.298,26 | \$8.668,94 | \$10.135,56 | \$11.704,84 | \$13.383,98 |
| REP. UTILIDAD 15% | | 1.094,74 | 1.300,34 | 1.520,33 | 1.755,73 | 2.007,60 |
| UTI. ANTES DE IMPUESTO | | \$6.203,52 | \$7.368,59 | \$8.615,22 | \$9.949,12 | \$11.376,38 |
| IMPUESTOS 25% | | 1.550,88 | 1.842,15 | 2.153,81 | 2.487,28 | 2.844,10 |
| UTILIDAD NETA | | \$4.652,64 | \$5.526,45 | \$6.461,42 | \$7.461,84 | \$8.532,29 |
| DEPRECIACIONES | | 1.542,59 | 1.542,59 | 1.542,59 | 1.542,59 | 1.542,59 |
| AMORT. NOMINAL | | 8.060,22 | 8.060,22 | 8.060,22 | 8.060,22 | 8.060,22 |
| INV. Edif y Construcciones | | - | - | - | - | - |
| INV. Máquinas y equipos | 2.548,69 | | | | | |
| INV. Equipo de Computación | 1.616,12 | | | | | |
| INV. Muebles y enseres | 2.544,00 | | | | | |
| INV. Señalética turística | 2.215,98 | | | | | |
| INV. Accesorios | 1.964,00 | | | | | |
| INV. Equipos de | | | | | | |

| | | | | | | |
|----------------------|--------------------|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| camping | 937,06 | | | | | |
| INV. ACTIVO NOMINAL | 40.301,08 | | | | | |
| INV. CAPIT. TRABAJO | | 5.242,93 | | | | |
| RECUP CAP. TRABAJO | | | | | | 5.242,93 |
| APORTE ONG | 10.000,00 | | | | | |
| FLUJO DE CAJA | \$39.910,95 | \$9.012,52 | \$15.129,25 | \$16.064,22 | \$17.064,64 | \$23.378,02 |

Cuadro Nº 89: Indicadores financieros

| | |
|-------------------------------------|---------------------|
| VAN | \$ 12.724,57 |
| TIR | 24,85% |
| PERÍODO RECUPERACIÓN | 4,02 |
| RELACIÓN COSTO/BENEFICIO | \$ 1,53 |

El proyecto es viable según los siguientes criterios:

El VAN de este proyecto muestra la seguridad de la inversión con un valor positivo de \$12.724,57 lo que significa que se recupera el capital invertido a una tasa de interés de 25% anual.

La TIR indica que el proyecto es factible ya que el rendimiento interno de la inversión es mayor que la tasa de descuento en un 7%.

Por cada dólar invertido en el proyecto se produce una rentabilidad de 0,13 USD.

El capital invertido se recuperaría en el cuarto año teniendo como utilidad

VI. CONCLUSIONES

1. Una vez realizado el diagnóstico situacional se evidencia una deficiencia en la dotación del servicio de agua, lo cual afecta las condiciones de salud de la población y dificulta la operación turística del centro, generando elevados niveles de insatisfacción en la visita.
2. Culturalmente, la comunidad demuestra un abismo generacional que ha derivado en la pérdida paulatina de su cultura, prácticas ancestrales como la elaboración de prendas de vestir, la gastronomía, el idioma y la tradición oral ha dejado de ser practicadas, perdiendo su valor de uso, lo cual se ha visto acelerado por factores como la migración y el desinterés de la juventud por aprender y reaprender sus costumbres y tradiciones.
3. Se propone un plan de revitalización cultural que pretende la revalorización y puesta en vigencia del patrimonio cultural de la comunidad, la propuesta se presenta en dos programas y seis proyectos estructurados técnicamente para la obtención de financiamiento para su implementación.
4. El diseño técnico del producto demuestra una oportunidad de mercado extranjero del 86% y del nacional con el segmento de estudiantes del 87%. Esta demanda tiene tendencia al crecimiento durante los próximos cinco años con un requerimiento de productos empaquetados con todos los servicios y que tengan una duración de tres a cuatro días. Esta nueva oferta de producto turístico pretende incrementar los ingresos económicos de la comunidad al registrar una tasa interna de retorno de 17%, un VAN de 7046,53 USD y una relación Costo Beneficio de 1,69, que será reinvertido en acciones que la comunidad requiere.
5. El plan de negocios propone estrategias de mercado enfocadas al producto, precio, plaza y promoción que resultan de fácil implementación y bajo presupuesto, lo cual ayudará a la comunidad a posicionarse en el mercado como un producto competitivo de turismo comunitario.

VII. RECOMENDACIONES

1. La comunidad con su dirigencia deberían realizar gestiones ante el Municipio de Cascales y el Gobierno Provincial de Sucumbíos para mejorar el sistema de captación de agua y su calidad, con la finalidad de mejorar las condiciones de la población local y la de los turistas que llegan al centro.
2. Implementar el plan de revitalización cultural con todas sus propuestas para garantizar la recuperación y puesta en vigencia de las manifestaciones y representaciones culturales del pueblo kichwa, lo cual a su vez ayudaría a la diversificación de la oferta turística de la comunidad.
3. Actualizar permanentemente el estudio de mercado para conocer los cambios en los gustos y preferencias de la demanda, con miras a innovar la oferta turística y planificar nuevas estrategias de mercado para incrementar las ventas.
4. Ofertar el producto turístico a estudiantes universitarios de turismo, biología, ambiente, antropología y otros profesionales que gustan del turismo de naturaleza y cultural, con la finalidad no solo de captar mayor número de pasajeros, sino de difundir la riqueza cultural y natural de la comunidad.
5. Los encargados de la comercialización del producto turístico comunitario deben evaluar anualmente las estrategias de mercado implementadas, para sondear el nivel de posicionamiento del producto a nivel nacional e internacional, fortaleciendo las estrategias que alcanzaron mejores resultados y mejorando aquellas que no fueron muy efectivas.

VIII. RESUMEN

La presente investigación propone: La revalorización y revitalización del patrimonio cultural de la comunidad kichwa Shayari, ubicada en el cantón Cascales, provincia de Sucumbíos, aplicando el método descriptivo y de observación, se elaboró un diagnóstico para conocer la situación actual de la localidad. En el inventario del patrimonio cultural se identificaron: las cosas de respeto, el saber popular diario, símbolos y valores, calendario de ritos y fiestas; las formas de vida de las familias y las instituciones que promocionan la cultura en la zona. En la planificación de este plan, presentada en marco lógico para la obtención del financiamiento se proponen 6 proyectos: Recuperación del idioma kichwa, revalorización de la vestimenta, recuperación y revalorización de las costumbres tradicionales, formación de un grupo de danza y música, representación escénica de cuentos y leyendas e investigación de la semiótica de la cultura kichwa. En lo referente al producto turístico comunitario, se realizó un estudio de mercado donde se determinó la demanda objetivo que son los turistas extranjeros y estudiantes a quienes se les aplicó una encuesta para determinar gustos y preferencias. En el análisis de la oferta actual se reconocieron: 9 atractivos turísticos de categoría Sitios naturales y 1 de categoría manifestaciones culturales que poseen jerarquía II y III. Además de identificar la planta turística, servicios complementarios y la competencia. El diseño y estructura del producto turístico comunitario se enfocó en parámetros como: la estructura técnica de los servicios, elaboración de tours, paquetes y estimación de precios de acuerdo al mercado. Al definir el producto se propone un plan de negocios para su respectiva comercialización.

IX. SUMMARY

This study proposes to link tourism activities with the appreciation of cultural heritage in the canton Cascales, Sucumbios province.

Descriptive method was applied, the direct observation and development a diagnostic to determinate the current status of the locality, base on the inventory of cultural heritage were identified: the knowledge, symbols and values, rituals and festivals calendar, forms of life for families and institutions that promote cultura in the area.

The plan to obtain funding consists in six projects: kichwa language recovery, upgrade of clothing, retrieval and presentation of the customs and traditions, form a dance and music group, stage performance of stories and legends and research kichwa cultura.

It conducted a marked study to determine characteristics of demand centered on foreign tourists and students who were surveyed to determine their tastes and preferences.

In the analysis of current supply were recognized: nine attractions category “natural sites” and one category “cultural events” that have hierarchy II and III. Besides the tourist plant was identified, additional services and competition. The design and structure of community tourist focused on parameters such as the technical structure of services, development of tours, packages and stimated according to marked prices.

The define the tourism product is proposed a business plan for their respective marked and is recommended the construction of basic infraestructura to receive tourists.

X. BILIOGRAFIA

1. ACOSTA, D', 2005 Como armar un plan de negocios. Consultado 16 Sep. 2009 pp 1-5.
Disponible en www.monografias.com.
2. ADELZAC, 2009 Una alternativa para el desarrollo económico local. Consultado 16 Sep. 2009.
Disponible en www.adelzac.org.mx/paginas/museosc.htm
3. AGRUCO, 2008 "Revalorización de la sabiduría de los pueblos indígenas originarios de los andes"; Cartillas de revalorización.
4. AGUIRRE, C. Texto de Patrimonio Cultural Escuela Superior Politécnica de Chimborazo
Escuela de Ecoturismo. Pág. 2 –3
5. ARTICULO-WEB-GLOSARIO, 2009. Consultado 23 Jul. 2009. Disponible en
www.metrocuadrado.com/glosario/ARTICULO-WEB-GLOSARIO_M2-2033426.html
6. BENITEZ Y GARCÉS, A. 1986. "Culturas Ecuatorianas Ayer y Hoy". Ediciones Abya Yala. Quito-Ecuador Pág. 7 – 8
7. COPO, Maritza, 2010. Diseño del producto turístico de la operación de turismo comunitario CEDIBAL comunidad Balda Lupaxi, parroquia Columbe, provincia de Chimborazo.
Ecuador, pp 179-181
8. CORTUS, 2011. Manual de operativo del Centro Turístico Shyari. Ecuador, 38 pag
9. FEPTCE, 2006. Manual de Calidad para el turismo comunitario. Ecuador, pp:10-16
10. GMCLA, 2019 Guía Turística del Gobierno Municipal del Cantón Lago Agrio. Ecuador,
pp 15-20.
11. GUERRERO, P. 2002. "Guía Etnográfica". Universidad Politécnica Salesiana. Edic Abya-Yala.

Quito-Ecuador.

12. GUERRERO, P. 2002. "La Cultura". Universidad Politécnica Salesiana. Edic. Abya-Yala. Quito-Ecuador.
13. HOLDRIDGE, 2011. Sistema de clasificación de zonas de vida. Consultado 29 Agos. 2011.
Disponible en
http://es.wikipedia.org/wiki/Sistema_de_clasificaci%C3%B3n_de_zonas_de_vida_de_Holdridge
14. ICONTEC (Instituto Colombiano De Normas Técnicas Y Certificación); 2003, Norma Técnica Nts Sectorial Av04. Diseño De Paquetes Turísticos En Agencias De Viajes. Editada por el Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC)
15. MINTUR, 2010 Gerencia nacional de planificación y cooperación externa. "Llegada al de turistas extranjeros en el año 2009".
16. MUÑOZ, Eduardo 2007 Guía metodológica para la formulación y evaluación de proyectos. Una aplicación de marco lógico. Riobamba
17. NOBOA, P. 2002. "Plan de Desarrollo Cultural de los Pueblos de la Región Sierra Centro". Riobamba-Ecuador.
18. NOBOA, P. 2008 Texto de Gestión de Recursos Culturales I Escuela Superior Politécnica de Chimborazo Escuela de Ecoturismo. Pag 3
19. NUÑEZ, J. 1992. "La Cultura en la Historia", Colección Nuestra Patria es América, Nº 8 Editorial Nacional. Quito-Ecuador
20. OMT, Barómetro Turístico de Ecuador Volumen Nº1, 2011. Consultado 3 Mar. 2011. Disponible en
<http://guias-viajar.com/viajes-turismo-mundo/omt-avance-barometro-turismo-mundial-2>

21. PATRIMONIO Y TURISMO, 2007 (en línea). Consultado 23 de Sept. 2009. Disponible en <http://www.monografias.com/trabajos36/patrimonio-y-turismo/patrimonio-turismo.shtml#concep>
22. PORTUGAL, María, 2005 Concepto de cultura. Consultado 29 Jul. 2009. Disponible en www.pronegocios.net/mercadotecnia/cultura-concepto.html
23. PROGRAMA TURCOM, 2003 Plan de manejo para el desarrollo responsable del turismo comunitario.
24. THOMSON, Iván, 2005, Segmento de Mercado. Consultado 5 Oct. 2009. Disponible en <http://www.elsegmentodemercado.mht>.
25. TIERRA, Patricia. 2007, Texto básico de Paquetes Turísticos; pag: 6-11, catedrática de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba Ecuador
26. TORRES, Víctor Hugo 1994, Manual de revitalización cultural comunitario, pp18-55
27. VARGAS, Fausto, 2010. El cuento que se convertía el humano en tigre. Presidente de la comunidad Shayari. Lago Agrio-Sucumbíos.

XI. ANEXOS

1. ANEXO N° 01: Modelo de cartilla de revalorización

| CARTILLA DE REVALORIZACIÓN | |
|-----------------------------------|--|
| FICHA N°: | |
| TÍTULO | |
| COMPARTIDA POR | |
| UBICACIÓN | |
| ANTECEDENTES | |
| | |
| DESCRIPCIÓN | |
| | |
| OBSERVACIONES | |
| | |
| GLOSARIO | |

2. ANEXO N°02: Modelo de encuesta para turistas extranjeros



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE RECURSOS NATURALES ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

This survey aims to develop a community tourism product to promote it locally, nationally and internationally. We ask you please answer with the utmost seriousness.

A. GENERAL INFORMATION

AGE ____ SEX: M ____ F ____ COUNTRY _____
OCCUPATION: a) professional b) Student c) Other _____

B. PSYCHOGRAPHIC DATA

1. Do you like to visit a Quechua community in the Amazon?

a) Si b) No

1. You travel through: a) travel agencies b) independent

2. What that time of year you travel?

a) Beginning of the year b) Mid-Year c) End of the year

3. Do you travel to tourist sites for?

a) Distraction b) Business c) Study d) Family visits e) Other _____

4. Do you travel with?

a) Couple b) Alone c) Family d) Friends e) organized groups

5. What activities you like to do in the community? select 5 options

- a)** Tasting of typical dishes and drinks
- b)** Watching dance and folk music
- c)** Buying Crafts
- d)** Observation of typical home and traps
- e)** Hiking through the forest
- f)** Canoeing
- g)** natural Medicine
- h)** Visit zoocriadero
- i)** Angling

6. You stay like that last?

- a)** 1 a 2 days
- b)** 2 a 3 days
- c)** More of 3 days

7. What type of service you would like?

- a)** Lodging
- b)** Transport
- c)** Feeding
- d)** Recreation
- e)** Information
- f)** Guidance

THANKS FOR YOU!

3. ANEXO N°03: Modelo de encuesta para estudiantes de educación básica y bachillerato



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

La presente encuesta tiene como objetivo elaborar un producto turístico comunitario, para promocionarlo a nivel local, nacional e internacional. Le solicitamos por favor conteste con la mayor seriedad.

A. DATOS GENERALES

EDAD ____ SEXO: M ____ F ____ CIUDAD DE RESIDENCIA _____

B. DATOS PSICOGRÁFICOS

1. ¿Te gustaría visitar una comunidad kichwa del Cantón Cascales?

b) Si b) No

2. ¿Qué actividades te gustaría realizar en la comunidad? Selecciona 5 opciones

- a) Degustación de bebidas y comidas típicas
- b) Observación de danza y música típica
- c) Compra de artesanías
- d) Observación de casa y trampas típicas
- e) Caminatas por el bosque acompañado por un guía nativo
- f) Paseos en canoa
- g) Medicina natural
- h) Visita al zoocriadero
- i) Pesca deportiva

3. ¿Cuánto tiempo te gustaría estar en la comunidad?

- a) De 2 a 4 horas b) De 1 a 2 días c) Más de 2 días

4. ¿Qué tipo de servicio turístico te gustaría tener en un paquete turístico?

- a) Hospedaje
b) Transporte
c) Alimentación
d) Recreación
e) Guianza
f) Todas las opciones

5. ¿Cuánto crees que tus padres pueden pagar por un programa turístico que incluye todos los servicios?

- a) \$15 - \$25 b) \$26 - \$35 c) \$36 - \$45 d) Más de 45

6. ¿Qué medios de comunicación utiliza usualmente para informarse?

- c) Radio
b) Televisión
c) Internet
d) Prensa escrita
e) Revistas
f) Centros de información Turística

¡GRACIAS POR TU COLABORACIÓN!

4. ANEXO N°04: Itinerario de vuelos con la ruta Quito-Lago Agrio

| | | | | | | | |
|---|----------------------------------|----------------------------------|------------------------------------|---|---------------|----------------|------------------------------------|
| NOMBRE: Tame | | | | NOMBRE: Aerogal | | | |
| TIPO: Aéreo | | | | TIPO: Aéreo | | | |
| CATEGORÍA: Transporte público | | | | CATEGORÍA: Transporte público | | | |
| UBICACIÓN: | | | | UBICACIÓN: Amazonas 7797 y Juan Holguín (Quito) o llamar al call center 18002376425 | | | |
| ITINERARIO Quito – Lago Agrio | | | | ITINERARIO Quito – Lago Agrio | | | |
| DIA | SALIDA | LLEGADA | TARIFA IDA/VUELTA | DIA | SALIDA | LLEGADA | TARIFA IDA/VUELTA |
| Lunes a miércoles | 07:00 09:30 11:30 16:00 | 07:30 10:00 12:00 16:30 | \$ 117,24 | Lunes a viernes | 06:15 | 06:50 | \$ 130,80 |
| | | | | Lunes y martes | 16:15 | 16:50 | |
| | | | | Miércoles y viernes | 15:00 | 15:35 | |
| | | | | Jueves y viernes | 10:10 | 10:45 | |
| Lunes , jueves y viernes | 10:00 | 10:30 | | Domingo | 14:45 | 15:20 | |
| Viernes | 16:30 | 17:00 | | | | | Anexo 04 |

5. ANEXO Nº05: Costos del paquete EBO01 para 10 a 30 pax

| CONCEPTO | COSTO TOTAL | PRECIO UNIT. 10–15 pax | PRECIO UNIT. 16-20 pax | PRECIO UNIT. 21-30 pax |
|-----------------------------|----------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|
| COSTOS FIJOS | 330,00 | 33,00 | 20,63 | 15,71 |
| Transporte | 220,00 | 22,00 | 13,75 | 10,48 |
| 1+1 Guías | 75,00 | 7,50 | 4,69 | 3,57 |
| Grupo de danza | 35,00 | 3,50 | 2,19 | 1,67 |
| COSTOS VARIABLES | 597,50 | 59,75 | 59,75 | 59,75 |
| 1 Refrigerio | 15,00 | 1,50 | 1,50 | 1,50 |
| 2 Desayuno | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 2 Almuerzo | 140,00 | 14,00 | 14,00 | 14,00 |
| 1 Box lunch | 50,00 | 5,00 | 5,00 | 5,00 |
| 2 Cena | 140,00 | 14,00 | 14,00 | 14,00 |
| 2 Hospedaje | 200,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 |
| Entradas al CRFS | 20,00 | 2,00 | 2,00 | 2,00 |
| Tilapia | 12,50 | 1,25 | 1,25 | 1,25 |
| Recuerdos | 20,00 | 2,00 | 2,00 | 2,00 |
| SUBTOTAL | 927,50 | 92,75 | 80,38 | 75,46 |
| Gastos adm. y de ventas 10% | 1020,25 | 102,03 | 88,41 | 83,01 |
| Utilidad 20% | 1224,30 | 122,43 | 106,10 | 99,61 |
| Precio gross 10% | 1346,73 | 134,67 | 116,70 | 109,57 |
| Impuesto 12% IVA | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| PRECIO DE VENTA | 1346,73 | 134,67 | 116,70 | 109,57 |

6. ANEXO N°06: Costo del paquete ACK02 para 10 a 30 pax

| CONCEPTO | COSTO TOTAL | PRECIO UNIT. 10-15 pax | PRECIO UNIT. 16-20 pax | PRECIO UNIT. 21-30 pax |
|-----------------------------|----------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|
| COSTOS FIJOS | 475,00 | 36,50 | 29,69 | 23,81 |
| Bus | 180,00 | 7,00 | 11,25 | 8,57 |
| Ranchera | 100,00 | 10,00 | 6,25 | 4,76 |
| Camioneta | 40,00 | 4,00 | 2,50 | 1,90 |
| 1+1 Guías | 120,00 | 12,00 | 7,50 | 5,71 |
| Grupo de danza | 35,00 | 3,50 | 2,19 | 2,86 |
| COSTOS VARIABLES | 810,00 | 79,75 | 79,75 | 79,75 |
| 1 Refrigerio | 25,00 | 2,50 | 2,50 | 2,50 |
| 3 Desayuno | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 3 Almuerzo | 210,00 | 21,00 | 21,00 | 21,00 |
| 3 Cena | 210,00 | 21,00 | 21,00 | 21,00 |
| 3 Hospedaje | 300,00 | 30,00 | 30,00 | 30,00 |
| Entradas al CRFS | 20,00 | 2,00 | 2,00 | 2,00 |
| Tilapia | 25,00 | 1,25 | 1,25 | 1,25 |
| Recuerdos | 20,00 | 2,00 | 2,00 | 2,00 |
| SUBTOTAL | 1285,00 | 116,25 | 109,44 | 103,56 |
| Gastos adm. Y de ventas 10% | 1413,50 | 127,88 | 120,38 | 113,92 |
| Utilidad 20% | 1696,20 | 153,45 | 144,46 | 136,70 |
| Precio gross 10% | 1865,82 | 168,80 | 158,90 | 150,37 |
| PRECIO DE VENTA | 2089,72 | 168,80 | 158,90 | 150,37 |

7. ANEXO N°07: Perfil del proyecto para la implementación de huertos orgánicos familiares

| PERFIL DE PROYECTO 2: Implementación de huertas orgánicas familiares para el abastecimiento interno y externo de hortalizas, verduras, legumbres y frutas | | | |
|--|--|--|---|
| Objetivo: Implementar huertas orgánicas de hortalizas, verduras, legumbres y frutas para consumo de la comunidad y poblaciones aledañas | | | |
| Presupuesto estimado para el proyecto: \$3.639,79 | | | |
| Resumen narrativo de objetivos | Indicadores verificables objetivamente | Medios de Verificación | Supuestos |
| FIN Contar con huertos orgánicos familiares para mejorar la dieta alimenticia e incrementar los ingresos económicos de cada hogar | A inicios del año 2014 los 13 socios de la comunidad cuentan con un huerto 100% orgánico | -Inspección a los huertos -Fotografías | Participación activa de los 13 socios de la comunidad en el desarrollo y ejecución del proyecto |
| PROPÓSITO Implementar huertas orgánicas familiares para abastecer de hortalizas, verduras, legumbres y frutas a la comunidad y poblaciones aledañas | A finales del 2do semestre del año 2013 los productos del huerto comunitario son aprovechados por la comunidad en un 30% y el 15% por las poblaciones aledañas | -Inspección a los huertos -Fotografías -Productos cultivados | Participación de la comunidad en la implementación de los huertos |
| COMPONENTES | | | |
| 1. Asesoramiento y capacitación técnica en el manejo de cultivos agroecológicos | Durante el año 2012 se capacita a los 13 socios de la comunidad en técnicas para el manejo de cultivos agroecológicos. Mensualmente se realizará un taller teórico práctico y asesoría técnica semanal | Inspecciones Listas de participantes Informe del capacitador | Entidades públicas y privadas colaboran con las capacitaciones en los temas que se requieren. Asistencia regular de los participantes |
| ACTIVIDADES | PRESUPUESTO | | |
| C1.1.Llevar a cabo la capacitación y asesoría técnica sobre el manejo de cultivos agroecológicos | 2500,00 | | |

| | | | |
|--|--------|--|--|
| C1.2.Seleccionar y preparar las parcelas para el cultivo | 200,00 | | |
| C1.3. Elegir y adquirir los productos a cultivarse | 789,79 | | |
| C1.4.Siembra y cuidado del huerto comunitario | 150,00 | | |

8. ANEXO N°08: Modelo de tríptico

HOSPEDAJE

Existen dos tipos de alojamiento:

Sacha Wasi "Casa de la Selva"; construcción típica kichwa tiene la capacidad para alojar a 17 personas, tiene baño compartido.



Cabañas Son 3 cabañas, cada una con capacidad para alojar a dos personas y tiene baño privado. Los cabañas están construidas con materiales de la zona y la energía es generada por paneles solares.



¿Qué llevar?

- Ropa ligera
- Repelente
- Bloqueador solar
- Zapatos deportivos
- Botas de caucho dependiendo del clima
- Cámara fotográfica

¿Cómo llegar?

HORARIO DE TURNOS DE LAS RANCHERAS DE LA COOPERATIVA PUTUMATO

Ruta Lago Agrio-San José-Shayari
10:15 am — 12:15 pm

Ruta Lago Agrio- Lumbaqui-Shayari
14:00 pm — 16:00 pm



CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO SHAYARI

"UN PARAÍSO ESCONDIDO
EN LA AMAZONIA"

SUCUMBÍOS-CASCALES-ECUADOR

RESERVACIONES:
086627315/062832204

E-mail: ctcshayari@gmail.com

SHAYARI

Es una comunidad de nacionalidad kichwa que se encuentra localizada en el cantón Cascales, provincia de Sucumbios. En el año 2004 surge la idea de un proyecto turístico comunitario con el objetivo de mejorar sus ingresos económicos, revalorizar su cultura y conservar el medio ambiente, es así que nace el "CENTRO TURÍSTICO COMUNITARIO SHAYARI".

En la actualidad esta integrado por 13 familias o socios que trabajan de forma directa e indirecta en la operación turística, beneficiándose de esta actividad.

¿Qué podemos encontrar en Shayari?

GASTRONOMÍA TÍPICA

Los alimentos están higiénicamente preparados y para elaborar los diferentes platos típicos se utilizan ingredientes 100% naturales, ya que en la comunidad existe una huerta orgánica donde se cultivan las legumbres y hortalizas; también tenemos plantaciones de yuca, papa china, plátano, papaya, guaba y otras frutas tropicales, estos cultivos están libres de pesticidas o de algún elemento químico que pueda perjudicar al ser humano. Además de poseer piscinas de tilapias y carachamas, pollos criollos entre otros.



DANZA Y ARTESANÍAS

Al darse cuenta que estaban perdiendo su identidad cultural, nace una propuesta de formar un grupo de danza y pedir el apoyo a las instituciones públicas y privadas para fortalecer su cultura empezando por recordar la elaboración de artesanías mediante talleres.



GRUPO DE MÚSICA Y DANZA SHAYARI

La danza es una manifestación cultural que expresa alegría y que se puede compartir con otras culturas.



Las artesanías son elaboradas con semillas de plantas de la zona, tenemos: pulseras, tobilleras, monederos, collares, entre otros.

Trabajan en barro y realizan cerámicas vistosas que representan la fauna del lugar podemos encontrar mocahuas, ollas, tortugas, boa, tapir entre otras.



GUIANZA Y AVENTURA

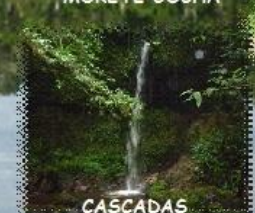
Para disfrutar de la naturaleza se lo puede hacer en compañía de guías nativos que durante el recorrido por el sendero le explicaran sobre plantas y sus usos, usted podrá observar al tapir terrestre animal en peligro de extinción, loras, sahinos, chorongos, entre otros animales silvestres que se encuentran en el CENTRO DE RESCATE Y ZOOCRIADERO



ADRENALINA EN LA TARABITA



PASEOS EN LA LAGUNA MORETE COCHA



CASCADAS

COLUMPIO



CENTRO DE RESCATE Y

ZOOCRIADERO DE ANIMALES SILVESTRES

Este fue creado con la finalidad de albergar, reproducir y conservar a los animales silvestres que son decomisados y que en la mayoría de los casos se encuentran en peligro de extinción.

